

DIPLOMADO MARKETING DIGITAL, TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Justificación

Durante los últimos años, los medios digitales han pasado a formar parte de la vida diaria de los consumidores. Los usuarios no solo utilizan internet para trabajar o entretenerse, sino que lo utilizan para resolver cualquier tipo de duda relacionada con los negocios.

La transformación digital se ha convertido en una tendencia que conecta y vincula nuevas estrategias de negocio a través de la implementación de las tecnologías digitales que están emergiendo en todos los niveles: app's, redes sociales, servicios en la nube y el marketing digital que se ha convertido en el sentir de generaciones y experiencias únicas que nos unen alrededor del mundo. Se trata de aprovechar al máximo los recursos y oportunidades online para potenciar el negocio o la marca de manera eficiente.

El Diplomado apoya a los participantes en la concepción estratégica y operativa de la puesta en marcha de la estrategia digital.

Objetivos

- Identificar las tendencias del mundo impulsadas por la tecnología.
- Analizar los comportamientos del mercado y el consumidor dado el uso de nuevas tecnologías.
- Desarrollar una visión global sobre el mundo digital, las tendencias y las implicaciones que esto representa.
- Diseñar y coordinar un plan de mercadeo digital estratégico, planificación de medios y desarrollo de campañas de publicidad online, conociendo las diferentes alternativas y plataformas que el mundo online ofrece.
- Implementar de manera eficaz y rentable estrategias de marketing digital y saber cómo medir sus resultados.

Tipo de formación virtual

El diplomado se desarrolla bajo la modalidad virtual, que implica para el estudiante un estilo autónomo y auto dirigido de aprendizaje, así como una cultura para la innovación creativa de la disciplina personal, la participación democrática y la autogestión formativa.

La educación a Virtual exige al estudiante un cambio de actitud y de mentalidad; el alumno debe asumir momentos para un estudio independiente mucho más reflexivo, que le permita profundizar en los conocimientos y lo conduzca a la aplicación de estos en los contextos que le son propios.

La relación entre lo tecnológico y pedagógico ha configurado nuevas formas de enseñanza aprendizaje, incorporando nuevos roles en los actores educativos y nuevas dinámicas en estos. Por consiguiente, las aulas virtuales son la manera de integrar los efectos didácticos de las aulas reales a contextos en los que no es posible reunir físicamente a los participantes, en un proceso de enseñanza/aprendizaje.

Plataforma virtual

El diplomado se realiza desde nuestro servidor. El estudiante tendrá todo el material de manera digital, donde desarrolla conceptos, participa en actividades asistidas por tutores expertos en la materia, que le permiten aplicar los conceptos en el contexto laboral, resolver dudas e incrementar su nivel de comprensión a través de los foros, y otro tipo de actividades diseñadas pedagógicamente.

Todos los procesos de seguimiento a la asistencia y evaluaciones de los participantes se trabajarán sobre la plataforma Black Board. La herramienta LMS cuenta con los recursos para monitorear las actividades académicas, como la frecuencia de ingreso al aula virtual, la presentación de evaluaciones, la intervención en foros, chat y la participación en los diferentes talleres propuestos por los docentes. La plataforma permite gestionar los casos de ausencia dentro del aula.

Clase de material

El estudiante contará con una importante colección de materiales educativos que estarán a su disposición de manera digital en el aula virtual, los cuales se complementan con actividades individuales y grupales. A continuación, se mencionan los principales materiales educativos y actividades a desarrollar por parte del estudiante:

- * Infografías y talleres en formato PDF que desarrollan al detalle los temas de la Acción de Formación.
- * Chat, los estudiantes tendrán contacto con el docente-tutor, a través de este recurso, donde podrán consignar todas sus inquietudes relativas a los conceptos del curso y a la aplicación de contenidos en el contexto real.
- * Foros de debate entre los grupos de trabajo, basados en los temas tratados y que se convierte en un recurso valioso para el intercambio de ideas que enriquece pedagógicamente el proceso virtual.
- * Quiz y exámenes finales relativos a los temas del diplomado.

Ayudas Didácticas

- * Diseño de Infografías
- * Videos
- * Objetos virtuales de aprendizaje – OVAS
- * Multimedia.

Herramientas de Comunicación

- * Videoconferencias
- * Foros
- * Chat

- * Correo electrónico.

El material digital corresponde a una producción reciente de menos de 2 años.

Metodología

El diplomado se desarrolla mediante una metodología didáctica, en entornos virtuales de aprendizaje, garantizando un aprendizaje abierto, flexible y significativo en la formación, que favorecerá el crecimiento y desarrollo de los participantes, donde la interactividad es un aspecto fundamental, para potenciar los procesos de aprendizaje autónomo, tanto en la apertura del diálogo académico entre los estudiantes, como en el acompañamiento que hace el docente tutor al proceso formativo de los alumnos, como guía, orientador y facilitador del proceso de aprendizaje.

Las herramientas metodológicas comprenden la presentación de elementos conceptuales para cada uno de los temas que componen los módulos, y la práctica está dada por actividades interactivas, ejercicios, desarrollo de talleres, con los cuales se busca que el estudiante mire diferentes alternativas, administre los recursos existentes, analice y use la información para aplicarla a casos relacionados con situaciones de su propia empresa.

Las metodologías aplicadas a la virtualidad nos ofrecen la posibilidad utilizar herramientas creativas, para la generalización del aprendizaje, para el uso, para el saber estar y saber participar en ese medio.

Contenido académico

MÓDULO I AMBIENTES DIGITALES Y ECOSISTEMA

- El consumidor digital- Cambios evolutivos en aspectos de la vida diaria, impacto de la digitalización.
- Innovación empresarial
- Colaboración y cocreación en ambientes digitales.

MÓDULO II GESTIÓN DEL CAMBIO Y TECNOLOGÍAS DISRUPTIVAS

- Gestión del cambio en las empresas
- Tecnologías de la transformación
- Realidad aumentada y realidad virtual
- Big Data & Analítica de datos.

MÓDULO III MARKETING ESTRATÉGICO ONLINE Y CONSUMIDOR DIGITAL

- Fundamentos de marketing digital estratégico
 - ✓ Retos de la comunicación a través de medios digitales.
 - ✓ Mapa del ecosistema digital.
 - ✓ Canales de comunicación digital, herramientas claves.
 - ✓ Retos del consumo digital.
 - ✓ El mercadeo enfocado en ventas rentables.
 - ✓ Elementos claves de un plan de mercadeo.
 - ✓ Modelo Canvas.
- Desarrollo de arquitectura de marca en contextos digitales (modelo adaptativo)

Informes e inscripciones

PBX: +571 339 53 11 - Bogotá

Email: info.formacionejecutiva@cesa.edu.co

- ✓ El nacimiento del meme y los contenidos virales.
- ✓ De la fase teórica a la fase aplicada: cómo ser más adaptativo en digital.
- ✓ Modelos básicos.
- ✓ Atractividad, relevancia y coherencia.
- ✓ Figura-Fondo.
- ✓ Concepto articulador o Metáfora Operativa (CA/MO)
- ✓ Five Step Digital Branding Process
- ✓ Necesidades humanas aplicadas a la arquitectura de branding.
- ✦ Mapas digitales para despliegue de branding
 - ✓ Panorama del entorno y las variables macro y micro económicas relacionadas con el comportamiento del consumidor colombiano.
 - ✓ Los retos que impone la fragmentación de las audiencias.
 - ✓ Definición psicográfica de las generaciones y como se relacionan con el consumo y la tecnología.
 - ✓ Entendimiento de la importancia del big data para el análisis del consumidor.
 - ✓ Análisis del panorama de la compra online y demás prácticas asociadas al ecosistema digital en Colombia (showrooming, ROPO, recomendaciones, etc.).
 - ✓ Análisis del internauta colombiano.
- ✦ Relaciones con los clientes y fidelización
 - ✓ Introducción
 - ✓ Objetivos de fidelización en internet
 - ✓ CRM y eCRM
 - ✓ Componentes clave
 - ✓ Inteligencia de clientes
 - ✓ Incremento del valor del cliente
 - ✓ Lealtad y relacionamiento
 - ✓ Administración de datos
 - ✓ Segmentación aplicada
 - ✓ Formas y dimensiones de segmentación
 - ✓ Pasos para implementación de eCRM
 - ✓ Segmentación y mapas
 - ✓ Tecnología y herramientas

MÓDULO IV PRESENCIA ONLINE WEB

- ✦ Adonline/Native Advertising
 - ✓ Introducción
 - ✓ Digital Advertising desde el ecosistema de anuncios para display ad, al retargeting
 - ✓ Formatos Digitales: Tradicionales y Rich Media.
 - ✓ Planning Fundamentals of Online Advertising
 - ✓ Fundamentos de la entrega y medición del éxito del online advertising
 - ✓ Lineamientos, mejores Prácticas y Bases Legales en relación al uso de cookies y otros métodos de seguimiento.
 - ✓ Introducción a los modelos básicos de compra de medios
 - ✓ Social Ads.
 - ✓ Lineamientos para Display Advertising
- ✦ Social Media/Real Time Marketing
 - ✓ Qué es Social Media Marketing
 - ✓ Las Dimensiones del Social Media Marketing
 - ✓ Planning Estratégico Digital

- ✓ Community Management
- ✓ Manual de crisis para Social Media
- ✓ Reputación online
- ✓ Medición de objetivos y metas del Social Media
- ✦ Marketing de contenidos/video
 - ✓ ¿Qué es Content Marketing?
 - ✓ Historia y cifras del Content Marketing en el mundo.
 - ✓ Content Marketing vs. Marketing Tradicional.
 - ✓ Cómo ser relevante.
 - ✓ El ciclo de necesidad del usuario.
 - ✓ Audiencias Mínimas Viables.
 - ✓ Story Telling.
 - ✓ Formatos y referentes de Story Telling.
- ✦ Inbound Marketing/Marketing en buscadores
 - ✓ Buscadores de Internet de las empresas colombiana
 - ✓ Posicionamiento en buscadores de Internet
 - ✓ Compra de palabras clave en Google AdWords
 - ✓ Casos de éxito - Taller práctico de Google AdWords
 - ✓ Inbound Marketing
 - ✓ Atracción, conversión, cierre de venta y red de búsqueda
- ✦ Rentabilización de audiencias primarias a través del email marketing automation
 - ✓ Insights principales del email automation marketing y su lugar dentro del ecosistema de comunicación. ¿Por qué es tan utilizado por la mayoría de las empresas grandes y casi todas las industrias?
 - ✓ La importancia de rentabilizar tu audiencia primaria
 - ✓ Propiedades y métricas del canal
 - ✓ ¿Por qué el spam y cómo salir del mismo? Tu reputación como envió
 - ✓ Generación de bases de datos como activo principal de la empresa e insumo principal del email automation marketing.
 - ✓ Estrategias de automatización, personalización y segmentación
 - ✓ Campañas cross de email marketing con otros medios
 - ✓ Email Customer Journey
 - ✓ Mobile first y tendencias de diseño
 - ✓ Casos de éxito
- ✦ Compra programática
 - ✓ Tendencias
 - * Comparación entre tipos compras de medios
 - * Las audiencias como método de valoración de marcas
 - ✓ El Ecosistema de la tecnología de la publicidad (Ad Tech)
 - * Ad Exchanges
 - * Demand-Side Platforms
 - * Data Management Platforms
 - * Agency Trading Desks
 - * Tácticas de optimización y perfilamiento

MÓDULO V NEGOCIOS DIGITALES Y ESCENARIO LEGAL

- ✦ Ecommerce
 - ✓ Definiciones y marco conceptual.
 - ✓ Modelos de negocio y de ingresos en Internet.

- ✓ Omnicanalidad / Integración de canales de distribución
- ✓ Contexto colombiano
 - * Expectativas del consumidor colombiano online
 - * Categorías más exitosas
 - * Comparación con otros países
- ✓ Componentes de un proyecto de comercio electrónico
- ✓ Fijación dinámica de precios
- ✓ Caso de éxito colombiano.
- ✓ Métricas y KPIs en Comercio Electrónico
- ◄ Aspectos jurídicos del Marketing Digital
 - ✓ Propiedad intelectual – regulaciones
 - ✓ Derechos de autor
 - ✓ Regulaciones en Colombia
 - ✓ Mail o móviles
 - ✓ Lo no regulado
 - ✓ Marcas y dominios
 - ✓ Contenido
 - ✓ eCommerce
 - ✓ Casos de estudio

MÓDULO VI ANALYTICS E INDICADORES DE GESTIÓN/VIEWABILITY

- ◄ Medición en un mundo multiplataforma
- ◄ GRPs Digitales. Método de cálculo.
- ◄ Análisis de nuestros websites
- ◄ Análisis de la conversión
- ◄ Análisis de campañas
- ◄ Social listening
- ◄ Estructurando el pensamiento digital: Armado de un dashboard
- ◄ Taller Grupal: implementación de un modelo de planeación y armado del dashboard

DURACIÓN TOTAL DEL DIPLOMADO 80 HORAS

Condiciones académicas

El cumplimiento de la metodología propuesta para cada curso, seminario o diplomado, y la asistencia, constituyen los requisitos indispensables para otorgar el certificado de asistencia al participante. La metodología del programa podrá incluir, por parte del participante, la posibilidad de presentar trabajos/proyectos/exámenes de características que se especifiquen, dentro del plazo que al efecto se establezca.

En ningún caso la asistencia al programa podrá ser sustituida por presentación de trabajos o por clases supletorias dictadas por el docente a algunos de los participantes que hayan presentado ausencias a las sesiones regulares incluidas en el cronograma del programa.

Se expedirá el certificado de asistencia cuando se verifique la presencia activa del participante en el 85% de las horas programadas para el respectivo curso, seminario o diplomado. Las excusas de cualquier tipo no eliminarán las fallas. Ningún funcionario de la empresa, coordinador académico, docente o empleado del CESA está facultado para autorizar a un participante ausencias o retiro de las sesiones.

Conferencistas

Andrés Venegas

Director y fundador de Meta Culture Engineering. Se ha desempeñado como aliado estratégico de importantes compañías, tales como Publicaciones Semana, Casa Editorial El Tiempo, Univision y Televisa. Conferencista en programas de educación continuada y de la IAB. Mentor en los programas de emprendimiento del MinTic en iniciativas Apps.co

Cristina Mejía

Diseñadora Industrial de la Universidad Autónoma de Manizales y MBA de la Universidad de Twente en Holanda; Certificada en la metodología WakeUpBrain para Innovar Jugando; Certificada en la metodología de innovación Design Thinking con Resolución Creativa de Problemas (CPSs). Consultora, mentora y capacitadora en temáticas de innovación, creatividad y emprendimiento, estrategia y habilidades de gestión, y cooperación Internacional; también profesora universitaria.

Hugo Rozo

Es profesor e investigador en el Centro de Tecnologías para la Academia de la universidad de la sabana. Es docente de la cátedra de posgrado de Ambientes de aprendizaje en la sociedad del conocimiento de la Maestría en Informática Educativa y la electiva Uso de redes sociales y web 2.0 para la investigación educativa en la Maestría en Proyectos Educativos Mediados por TIC. Pertenece al Grupo de Investigación Proventus y coordina el semillero de investigación en Competencia Digital del Centro de Tecnologías de la Universidad de La Sabana

Juan Manuel Escobar

Productor y director de contenidos audiovisuales, especializado en contenidos de realidad virtual y aumentada. Artista Visual. Profesor de Realidad Virtual y Aumentada en el Programa Avanzado de Marketing del CESA. Conferencista de Realidades Inmersivas. Participante activo en talleres como Building Bots for Journalism, Producción Ejecutiva y Pitching, VR Journalism 360 y Marketing Digital.

Alex Budkin

Country Manager en Colombia de Icommkt. Trabaja actualmente con más de 80 empresas colombianas de primer nivel como Totto, Decameron, Bavaria, Caracol TV, Studio F brindando consultoría en cómo mejorar sus resultados a partir de estrategias Customer Centric. Además, ha dictado clases en varias universidades del país y ha dictado conferencias en eventos como Colombia 4.0, IAB Day, EcommerceDay y Webcongress.

Carlos Álvarez

Abogado, Especialista en Derecho Comercial, Universidad de los Andes. Especialista en regulación de telecomunicaciones, Universidad Externado. MBA, CranfieldSchool of Management, Inglaterra. Actualmente trabaja como Consultor Legal, CMA Legal Consulting.

Carlos Labanda

Ingeniero de sistemas, cuenta con una maestría en Big Data & Analytics, un curso de marketing analytics utilizando R y más de 40 certificaciones digitales. Ha sido fundador de una boutique digital y actualmente es Senior Manager del área digital de Deloitte para Colombia y Perú. Ha trabajado con clientes de primera línea en diversos sectores (telecomunicaciones, retail, banca, seguros, pharma, utilities, etc.) para clientes en LATAM, USA y Europa.

Informes e inscripciones
PBX: +571 339 53 11 - Bogotá
Email: info.formacionejecutiva@cesa.edu.co

Daniel Salazar

Antropólogo y periodista, experto en estrategias de Content Marketing. Director y Fundador de Contenidos el Rey.

Enrique Samper

Administrador de marca, experto en publicidad y gestión de cuentas, con experiencia en empresas de varios países de América Latina. Especialidades: Marketing, marcas, empresas y equipos de desarrollo.

Juan Diego Becerra

Presidente de RADDAR. 10 años de experiencia como investigador de consumo en Colombia; se desempeña también como docente en el área de comportamiento del consumidor en diferentes instituciones. Politólogo, Universidad Nacional de Colombia. Especialista en Mercadeo y Candidato a Magister en mercadeo, Universidad Eafit.

Leandro Vázquez

Actualmente Director Académico IAB Colombia. Master en Marketing Internacional con experiencia laboral en compañías de Argentina, España, Portugal, Colombia e Inglaterra.

Marco Vinicio Corrales

Cofundador de Borealis y antiguo Vicepresidente Ejecutivo de Ariadna. Cuenta con experiencia en agencias digitales y como docente universitario. Ingeniero Industrial y MBA.

Martín Garmendia

Especialista en Marketing Digital e Interactivo, dedicado a la estrategia orientada a negocios. Después de haber trabajado por más de 8 años en Havas Media Group, ha seguido adquiriendo gran experiencia en agencias de medios. Se dedica también a la docencia, impartiendo por más de 5 años clases en reconocidas instituciones nacionales e internacionales.

Ricardo Dicarlo

17 años de experiencia desempeñándose en actividades de mercadeo para diferentes mercados de Latinoamérica, implementación de canales de distribución, venta consultiva, actividades de análisis de mercado, estrategias para la optimización del desarrollo de internet, entre otros. Ha trabajado como consultor independiente en el diseño de estrategias digitales involucrando medición de ROI, SEO, analítica y redes sociales.

Valor de la inversión

Valor/beneficiario **\$3.200.000**. (IVA excluido). Incluye: honorarios de conferencistas, Chats y Foros asincrónicos, desarrollo y producción de materiales educativos virtuales, utilización de la plataforma blackboard y certificado de participación otorgado por el CESA.

No somos responsables del impuesto sobre las ventas IVA, de acuerdo con el artículo 476 del Estatuto Tributario y Art. 92 de la ley 30 de 1.992. No practicar retención en la fuente, entidad sin ánimo de lucro, no contribuyente del impuesto de renta según el Artículo 23 del E.T. Código Actividad Económica CIUU 8050 - Tarifa 9.66 X 1.000.

Si al iniciar el Diplomado, el número de personas es mayor al presupuestado en esta oferta, se facturará un valor adicional por cada participante.

Informes e inscripciones
PBX: +571 339 53 11 - Bogotá
Email: info.formacionejecutiva@cesa.edu.co

El diplomado se cancela, según las condiciones estipuladas en el contrato.

CONTACTO CESA

CESA-COLEGIO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE ADMINISTRACIÓN-
NIT: 860.045.740-6

Sonia Mendieta Pacheco
Coordinadora Académica Programas In House
Formación Ejecutiva
Diagonal 34 A # 5A - 23
Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA
PBX: 339 5300 ext. 1134
sonia.mendieta@cesa.edu.co