

# Programa Virtual

## Marketing Digital: Una visión global para los negocios

---

Sé lo que el mundo necesita.



Hoy, el mundo habla digital. Sin duda, las evoluciones tecnológicas han generado, en los últimos años, dos tipos de empresas, la digital y la tradicional, y la supervivencia empresarial depende de sus colaboradores y sus capacidades digitales.

En este escenario, el Marketing Digital es la fórmula para poder atraer y mantener a los nuevos consumidores, a esas generaciones de relevo, que significan el mercado actual creciente y futuro, y para consolidar una ventaja competitiva significativa que conlleve al cumplimiento exitoso de objetivos. De igual forma, ante

la contingencia actual, estar en el mundo digital se vuelve imperativo para cualquier tipo de organización (micro, pequeñas, medianas y grandes), y para cualquier profesional, empresario o ejecutivo, entender estas nuevas realidades se convierte en un requerimiento esencial para tomar mejores decisiones.

Este programa fundamenta y profundiza en los conceptos bases del Marketing Digital, desarrolla un pensamiento estratégico y crítico frente a las acciones de marketing y publicidad que permite este escenario digital y presenta las tendencias más actuales en este ámbito.

# ONLINE MARKETING

S.E.O

Content

Lists

Links

Titles

Blogs

VDO

Sales

pt-Inc



# Objetivo

Aportar a los participantes los conceptos, herramientas y prácticas necesarias para estructurar estrategias digitales acordes con los **tiempos actuales de cambios constantes e incertidumbre**, entendiendo las dinámicas del mercado actual y las variaciones en los diferentes sectores económicos, según las particularidades, necesidades y objetivos de las organizaciones.

## Objetivos específicos

- Comprender los nuevos modelos de negocios digitales y las oportunidades que brinda para las organizaciones.
- Fundamentar los conocimientos en marketing digital y los comportamientos del consumidor.
- Entender la dinámica de los medios sociales digitales para desarrollar estrategias efectivas.
- Conocer el funcionamiento y lógica de las dinámicas de inbound marketing, marketing de contenidos y generadores de tráfico web.
- Identificar los puntos clave del relacionamiento con el cliente digital.
- Diseñar planes de marketing digital estratégicos que busquen el cumplimiento de los objetivos de la marca y la organización.

Además, tendrás la oportunidad de interactuar con ejecutivos y profesionales de diferentes regiones del país y Latinoamérica, que enriquecerá las conversaciones y experiencias durante el desarrollo de la formación.

## Contenido:

### **Módulo I Modelos de Negocios Digitales: 'Las nuevas realidades'** (3 horas)

**Ricardo Dicarlo**

- ¿Qué es un modelo de negocio?
- La evolución de lo digital en los negocios.
- Oportunidades de negocios que brinda las interacciones digitales.
- Ecosistema digital y nuevas realidades de los negocios digitales.

### **Módulo II Fundamentos del Marketing Digital: 'Comunicación y consumidor digital'** (6 horas)

**Hernán Caicedo**

- Conceptos del Marketing Digital.
- Lo tradicional vs. Lo Digital
- Comportamiento de compra y consumo digital
- Journey Digital de compra y consumo.
- Características del Consumidor Digital
- Millennials y Centennials, las generaciones de acción para los próximos años
- Evolución de la web 1.0, 2.0 y 3.0.

## Contenido:

### Módulo III **Electiva I del programa**

El participante podrá elegir, entre dos opciones de sesión, aquella que más se ajuste a sus necesidades profesionales:

- Opción 1: Social Media B2C (6 horas)

**Daicy Echeverri**

- Opción 2: Social Media B2B (6 horas)

**Iván Felipe Gómez**

### Módulo IV **Generadores de tráfico: ‘La guía para encontrar y reconocer mi marca en el ámbito digital’** (3 horas)

**Oscar Iván Hernández**

- 

- SEO & SEM
- Factores de ranking en la pauta  
Optimización On y Off Page  
Keyword Research

## Contenido:

### Módulo V **Contenidos e Inbound Marketing: ‘La atracción en el mundo digital’** (6 horas)

Diana Bolaños

- Conceptos y fundamentos
- El éxito del Inbound marketing
- Tonos de comunicación
- Marketing de contenidos como eje central de la atracción y generación de contenidos WOW

### Módulo VI **Relaciones con clientes: ‘CRM y Fidelización’** (6 horas)

Profesor internacional:  
Gustavo Martínez Pellón

- Concepto y bases del CRM
- sCRM y eCRM
- Fidelizar clientes de manera exitosa
- Generación de valor para el cliente



## Contenido:

### Módulo VII Electiva II del programa

- **Comercio Electrónico:** ‘Cómo vender en el canal más grande del mundo’ (6 horas): para quienes tomar la Electiva de Social Media B2C  
**Ricardo Di Carlo y Patricio Romero**
- **Personal Branding en el escenario Digital** (6 horas): para quienes tomar la Electiva de Social Media B2B  
**Lina Camero**

### Módulo VIII Análisis de datos: ‘Data y analítica, un componente vital del marketing’ (6 horas)

**Ricardo Dicarlo**

- Bases del Marketing Analytics
- Datos, información y métricas
- La pirámide de la información
- BigData y SmallData
- Principales métricas en Marketing Digital
- Laboratorio Práctico de Google Analytics

### Plan de Marketing Estratégico Digital (15 horas)

**Diana Naranjo**

Estará transversal durante todo el programa, guiando y brindando herramientas para su diseño y construcción.

### Presentación de proyectos (3 horas)





## **Público objetivo**

Gerentes, directores, jefes y coordinadores responsables de mercadeo, áreas comerciales, de comunicación y publicidad de organizaciones y empresas de diversos sectores de la economía. Así, como para empresario y emprendedores que deseen fortalecer la presencia digital de sus marcas, productos y servicios.

# Metodología

Este programa online está diseñado para garantizar la participación activa y la práctica de todos los participantes a través de sesiones virtuales magistrales, diálogos interactivos, talleres y casos, acompañado de herramientas digitales para lograr una interacción constante en las sesiones.

Además, el participante, en el módulo III podrá elegir su enfoque de sesión entendiendo las particularidades de los negocios B2C y B2B, permitiendo personalizar parte de su experiencia académica.

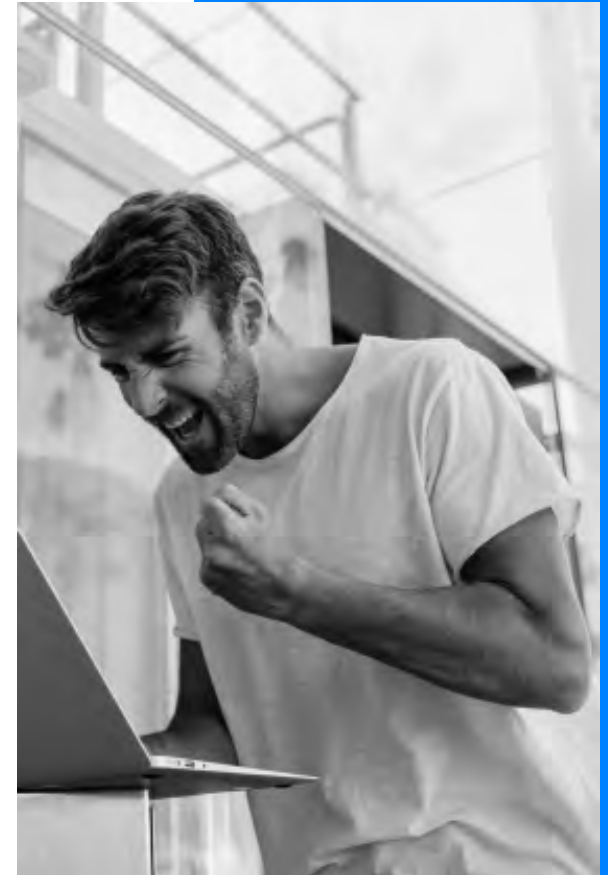
Finalmente, en grupos, los participantes desarrollarán un plan de marketing digital, que le permitirá aplicar los conocimientos adquiridos durante todo el programa, en un contexto real

## Duración:

**65** horas (60 horas de sesiones virtuales 5 horas de trabajo individual)  
Las sesiones virtuales se desarrollarán los días jueves y viernes de 6:00 a 9:00 p.m. y sábado de 9:00 a.m. a 12:00 m.

## Certificado:

Se otorgará certificado de asistencia a quienes participen en mínimo el 80% de las sesiones programadas y cumplan los requisitos académicos exigidos.



# Profesores

## Ricardo Dicarlo

### Coordinador Académico

Ingeniero en Informática y Magíster en Marketing con más 25 años de trabajo en el mundo digital y 7 años de experiencia en docencia para programas de maestría y especialización en universidades reconocidas en Colombia, Ecuador y Venezuela Speaker en conferencias como EXMA 2017 e IABDAY (2018 y 2019) con amplio dominio y experiencia en Marketing Digital Avanzado y comercio electrónico; métricas, analítica y visualización de datos; transformación digital y tecnologías disruptivas.

## Patricio Romeo

Directivo apasionado por la transformación digital y operacional en negocios de Retail, Ecommerce, Marketplace y tecnología, apalancado de herramientas de data analytics, optimización de procesos y desarrollo estratégico de operaciones, con más de 15 años de trayectoria liderando equipos multidisciplinarios de trabajo en áreas de logística, compras, EHS, DP (Demand Planning – SAP/APO), importaciones / exportaciones, comercial, calidad y servicio al cliente en diferentes países de Latinoamérica; líder de proyectos SIX SIGMA, focalizado en el desarrollo y el desdoblamiento de la visión estratégica desafiando continuamente el status quo para obtener resultados extraordinarios mediante la formación y desarrollo de equipos de alto desempeño. Experiencia como Supply Chain Manager en empresas como Whirlpool en Argentina, Chile y Perú, Lenovo Colombia y LATAM, y Director de Supply Chain en Falabella Colombia.

## Iván Felipe Gómez

MBA del ISEAD y, Psicólogo e Ingeniero Industrial de la Universidad de los Andes. Gerente internacional con 15 años de experiencia liderando equipos multifuncionales, negocios en crecimiento y creando productos en línea y móviles para algunas de las marcas más relevantes en la actualidad. Apasionado por hacer que las empresas y las personas tengan éxito en línea y con una sólida experiencia en marketing B2B y de consumo.

## Daicy Rojas

Comunicadora Social de la Universidad de Pamplona, especialista en Gestión Pública de la Universidad Industrial de Santander y Magíster en Comunicación e Identidad Corporativa de la Universidad Internacional de La Rioja. Es experta en marketing digital, CMS, business storytelling, SEO, y estrategias de comunicación digital y empresarial. Actualmente, CEO de Comunicaciones PrimerNombre, agencia de marketing digital.

## Hernán Caicedo

Magíster en Mercadeo la Universidad de los Andes. Experto en gerencia, negocios, ventas, y relaciones internacionales, con gran interés en campos directivos relacionados con mercadeo, estrategia, planeación, finanzas, y gerencia de proyectos. Fue Director de Nuevos Negocios para NEC de Colombia y actualmente es Subgerente de Planeación Estratégica y de Mercadeo de esta misma organización.

## Óscar Iván Hernández

Administrador de Empresas de la Pontificia Universidad Javeriana con estudios adicionales en marketing digital del CESA, y Growth Marketing del CXL Institute y Growth Tribe Academy. Cuenta con más de 8 años liderando equipos en compañías B2B y B2C en mercado latino y estadounidense. Con alto conocimiento en SEO, SEM, email, SMS, Push, Automation, UX, CRO, Mobile Business, entre otros.

Actualmente es Head of Marketing B2B de Leal.

## Diana Naranjo

Coach certificado y speaker en estrategias digitales y marketing. Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial del ESIC, España; Máster en Dirección de Marketing y Especialista en Mercadeo Estratégico del CESA. Cuenta con amplia experiencia en el diseño e implementación de estrategias digitales para grandes marcas en Colombia en los sectores cooperativo financiero, construcción, retail y moda.

## Diana Bolaños

Máster en Digital Business Management de la EAE Business School, España, con estudios en innovación y UX. Cuenta con amplia experiencia en el diseño e implementación de estrategias digitales para los sectores de educación, seguros y financiero.

## Lina Camero

Comunicadora de la Universidad de la Sabana, Diseñadora de College La Salle, Montreal, y especialista en Comunicación Estratégica en las Organizaciones y Coaching Gerencial.

Asesora de diferentes empresas del sector privado como: Avianca, Autogermana, Restaurante DLK, Porsche, Ford, Ramo, (Julia, Emilia Grace, Gordo, Lorenzo), Mercedes-Benz, Avianca, BMW, Novo Nordisk, Audi, Cemex, GM Colmotores, Aviator, entre otras) y académico para el desarrollo e implementación de talleres de Imagen Corporativa y asesora personal para creación y fortalecimiento de Marca Propia.

## Gustavo Martínez Pellón

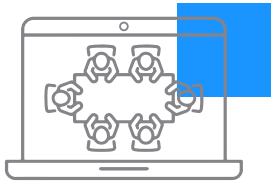
Candidato a Doctor en Responsabilidad Social por la universidad ANAHUAC; Licenciado en Administración y MBA egresado del ITAM (Instituto Tecnológico Autónomo de México), tiene una especialidad en Dirección General por el ITAM.

Actualmente es Director en MPI (marketing plus international), desarrollando estrategias y programas de capacitación en Marketing y Estrategias de negocios.

Miembro del consejo de administración en Grupo Novanti (Ciudad de Guatemala), distribuidor oficial de Roly para Centroamérica y El Caribe. Miembro del consejo de administración en Entropia Empresarial (Ciudad de México), empresa de transformación.



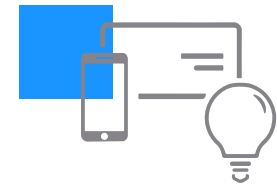
# Experiencia Virtual Premium Uniandes



Sé parte de una de las comunidades de Educación Ejecutiva **más grandes de Latinoamérica**



Encuentra oportunidades de **networking de alto nivel**



Aprende a través de **metodologías innovadoras** y disruptivas



**Aplica de manera inmediata** los conocimientos aprendidos



Interactúa con **profesores de alto prestigio** académico y reconocimiento empresarial



Recibe un **acompañamiento personalizado** durante todo el proceso de formación



## RANKING FT 2020

EDUCACIÓN EJECUTIVA PROGRAMAS ABIERTOS

No. **1**<sup>EN</sup>  
COLOMBIA

Top. **3**<sup>EN</sup>  
LATINOAMÉRICA

Top. **50**<sup>A</sup>  
NIVEL MUNDIAL

Valor programa: \$ 4.300.000 / 1.230\* USD

\*El valor en dólares es aproximado y depende la TRM del día y su moneda local

Las fechas están sujetas a modificación. En el caso de algún cambio, se informará a las personas preinscritas a través de los medios suministrados en el momento de la inscripción.

Aplica descuento por pronto pago

Universidad de los Andes  
Facultad de Administración - Educación Ejecutiva  
Calle 21 No. 1-20. Edificio SD. Piso 9  
Línea de Información: (57) 339 4949 / 99 ext. 2444 o 1145  
Línea gratuita nacional: 018000 123 300  
e-mail: [educacionejecutiva@uniandes.edu.co](mailto:educacionejecutiva@uniandes.edu.co)  
<http://administracion.uniandes.edu.co>



@AdmonUniandes



/AdmonUniandes



@Admonuniandes

Universidad de los Andes | Vigilada Mineducación  
Reconocimiento como Universidad, Decreto 1297 del 30 de mayo de 1964  
Reconocimiento personería jurídica Resolución 28 del 23 de febrero de 1949 Min. Justicia.