

Programa
Semipresencial

Marketing Digital:

Una visión global para los negocios

Sé lo que el mundo necesita.



 **Universidad de
los Andes**
Colombia

**Executive
Education**
Facultad de Administración



Acerca del Programa

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.



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

Comunicación Digital (3 horas)

Hernán Caicedo

- Conceptualización Marketing Digital.
- Revolución Digital vs. Revolución Industrial (Evolución WEB 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0)
- Evolución Negocios + Marketing (De lo tradicional a lo digital)

Módulo II

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 brindan las interacciones digitales.
- Ecosistema digital y nuevas realidades de los negocios digitales.

Módulo III

Consumidor Digital (3 horas)

Hernán Caicedo

- Características del Consumidor Digital.
- Revolución Generacional (Millennials, Centennials, Alfa)
- Costumer Journey Map (Comportamiento de Compra y Consumo Digital -CX/UX-)

Módulo IV

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)
Adriana Kerguelen
- Opción 2: Social Media B2B (6 horas)
Iván Felipe Gómez



Módulo V **Analítica de datos (6 horas)**
Ricardo Dicarlo

Módulo VI **SEO y SEM (6 horas)**
Oscar Iván Hernández

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



Módulo VII **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 VIII **Electiva II del programa**

Lina Camero

- Influencers (3 horas)
- Personal Branding en el escenario Digital (3 horas)



Módulo IX **Aspectos Legales del Marketing Digital (12 horas)**

Módulo X **Ecommerce (6 horas)**
Ricardo Dicarlo

Módulo XI **Plan de Marketing Digital (9 horas)**
Diana Naranjo

Presentación de proyectos (3 horas)

A woman with blonde hair, wearing a white button-down shirt, is sitting at a desk. She is looking at a silver laptop. Her right hand is resting on the desk near a smartphone. The background is a blurred office environment.

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 magistrales, diálogos interactivos, talleres y casos, acompañado de herramientas 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:

72 horas (63 horas de sesiones y 9 de trabajo autónomo)
Las sesiones 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.

Coordinador Académico

Ricardo Dicarlo

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.

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.

Profesores

Julián David Guevara

Publicista, especialista en analizar, crear y ejecutar la experiencia de usuario (UX) para productos y servicios digitales, cuenta con más de 5 años de experiencia desarrollando esta disciplina en el mundo digital, es cofundador de una Startup llamada Meetwrok.app con la cual ha participado en programas como Shark Tank Colombia y la Jaula de negocios en Argentina, ha sido invitado a dar clases de UX y emprendimiento en universidades como la Adolfo Ibáñez en Santiago de Chile y en el MBA del CESA en el módulo de transformación digital, Universidad del Rosario y Pontificia Javeriana en Colombia.

Adriana Kerguelén

Administradora de Empresas de la Universidad Nacional, Magíster en Marketing Interactivo & New Media de la IEBS, y conocimientos en neuroventas e innovación digital. Actualmente es la Gerente de Desarrollo de Negocios de Zav Group.

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

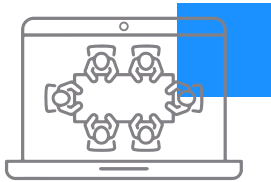
Comunicadora de la Universidad de la Sabana, Diseñadora de College La Salle, Montreal, y especialista en Comunicación Estratégica en las Organizaciones y Coaching Gerencial. Asesora de diferentes empresas del sector privado como: Avianca, Autogermana, Restaurante DLK, Porsche, Ford, Ramo, (Julia, Emilia 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.

Maria Lorena Flórez

Doctorado cum laude en Derecho por la Escuela Superior Sant'Anna, Pisa, Italia. Máster en Derecho y Tecnología en la Universidad de Tilburg, Holanda. LLB en Derecho por la Universidad de Los Andes, Bogotá, Colombia. Abogado consultor en derecho tecnológico, protección de datos y protección al consumidor. Director del grupo de estudios en Comercio Electrónico, Telecomunicaciones e Informática (GECTI). Investigador del grupo CINFONIA de la Universidad de los Andes. Áreas de interés: Derecho, tecnología, telecomunicaciones, blockchain, inteligencia artificial.



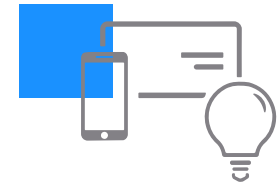
Experiencia Premium Uniandes



Sé parte de una de las comunidades de Executive Education **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** EN
COLOMBIA

Top. **3** EN
LATINOAMÉRICA

Top. **50** A
NIVEL MUNDIAL

Valor programa: 4.300.000 COP (1,300 USD)

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 - Executive Education
Calle 21 No. 1-20. Edificio SD. Piso 9
Línea de Información: (601) 332 4144 Opción 1 y 3
Línea gratuita nacional: 018000 123 300
e-mail: executiveeducation@uniandes.edu.co
<http://administracion.uniandes.edu.co>



@AdmonUniandes



/AdmonUniandes



@Admonuniandes



WhatsApp Uniandes

