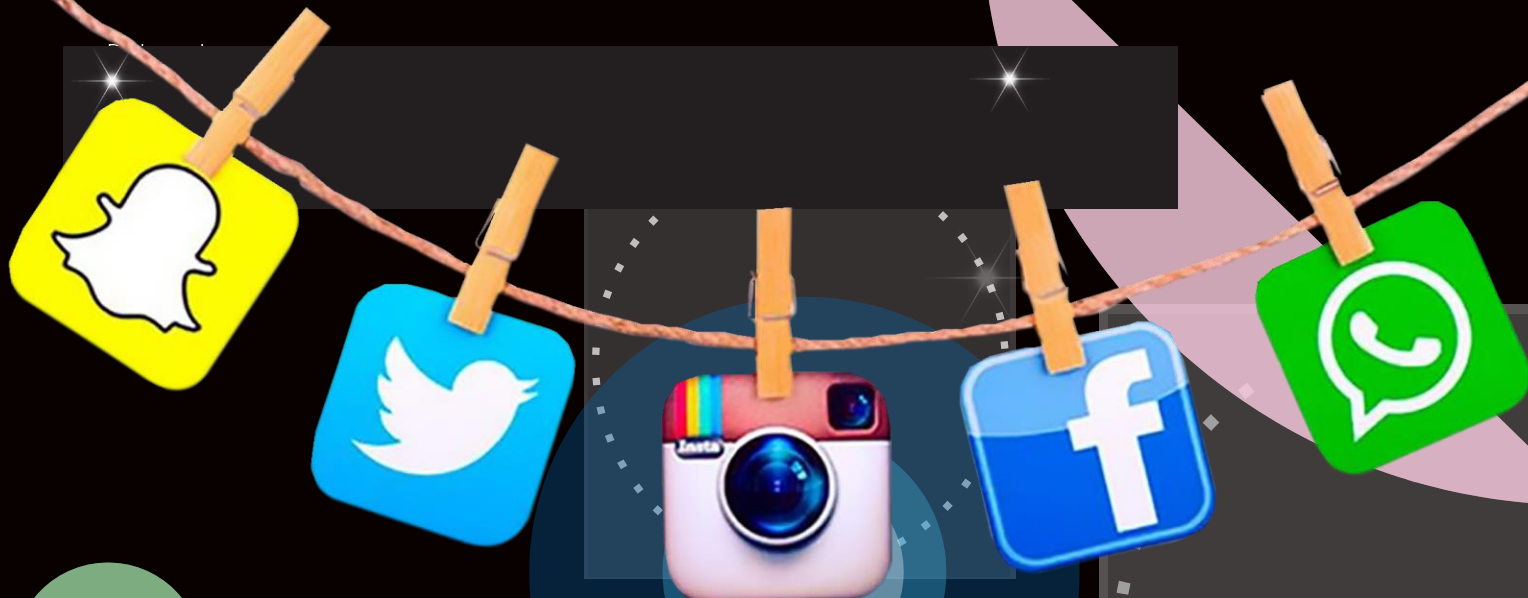


Fundación Universitaria Navarra
UNINAVARRA
VIGILADA MINEUCACIÓN



Organiza:

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Dirigido a:

- Gerentes de marketing / Comercial.
- Gerentes de proyecto o producto.
- Gerente de asuntos públicos.
- Gerentes de Marcas
- Directores y personal de apoyo de comunicaciones y marketing
- Directores de Ventas
- Empresarios
- Consultores que diseñen planes estratégicos en el entorno digital
- Agencias de Publicidad
- Profesionales en marketing, administración, publicidad e ingeniería pertenecientes a entidades públicas y privadas que están interesadas en promover estrategias de mercadeo basadas en medios digitales como Internet y las redes sociales.



Objetivo General:

Preparar a los participantes en líderes en competencias y habilidades para que incorporen los recursos que ofrecen los medios digitales para el desarrollo y maximización de la publicidad en cualquier tipo de Negocio, en cualquier sector de la economía logrando los objetivos empresariales y organizacionales lo cual revierte en un beneficio para la compañía como en beneficio personal como profesional.

Objetivos Específicos:

- Orientar a los participantes del Diplomado sobre estrategias digitales mediante el conocimiento básico del marketing digital como un potencial y nuevo canal de negocios aplicable a sus propias necesidades o inquietudes.
- Aprender a utilizar los medios digitales como verdaderos canales para estrategias de mercadeo segmentadas, inteligentes y ante todo efectivos a los fines que cada participante persigue
- Establecer en los medios online un punto de contacto innovador y permanente entre los consumidores y las marcas.
- Conocer al consumidor digital para poder utilizar las ideas más relevantes que permitan desarrollar estrategias de relacionamiento con altos niveles de conversión y compromiso.
- Descubrir todo el potencial que brinda las redes sociales para un estudio de mercado, modelo de negocio y opciones de mercadeo confiable y efectivo.

Estructura Curricular:

Unidades Temáticas o Módulos.

1. Entorno Digital del Comercio y el Marketing

1. Internet y su impacto en el mundo de los negocios
2. Ventas vs Marketing
3. Características e importancia del nuevo mercado y consumidor frente al comercio electrónico y el marketing tradicional
4. Cambios de Paradigmas en contenidos y dispositivos
5. Creatividad, Innovación y nuevas tendencias digitales





2. Aspectos Legales

1. La empresa y la oferta de bienes y servicios: La naturaleza jurídica de quien ofrece, Derechos de propiedad intelectual, Propiedad industrial y de autor
2. La Relación con los destinatarios o consumidores: Formación del contrato, la oferta, protección, deberes y derechos de los consumidores, Publicidad engañosa, Protección al consumidor, Especulación, acaparamiento y usura, retracto y garantía.
3. Regulaciones especiales: Política de

protección de datos personales, Políticas comerciales y de mercadeo, Competencia desleal, La buena fe comercial, Regulaciones especiales para ciertos productos

3. Comercio electrónico y medios de pago

1. Globalización del comercio electrónico y el servicio al cliente en la estrategia digital
2. Funcionamiento y errores frecuentes del comercio electrónico
3. Posición de mercado: líder, retador, seguidores y especialistas
4. Confiabilidad, políticas de seguridad, sistemas de pagos y costos de los diferentes sistemas de pago: CPM, CPC, CPL, CPA
5. Implementación y gestión de Tiendas Virtuales
6. Pasarelas de pago
7. Postventa y garantías

4. Contexto del Marketing Digital

1. La marca, el marketing, los clientes y el éxito
2. Tipologías de marketing: ¿Cuántos Marketi
3. Especialidades y funciones en el Marketing
4. Redes Sociales (RRSS), Blog y foros
5. Segmentación, targeting y posicionamiento
6. Contratos de servicios digitales

5. Marketing Digital en Redes Sociales

1. Facebook Ads
2. Google Ads (Adsworld)
3. Youtube Ads
4. Instagram Ads
5. Herramientas de mediciones y
6. Analítica de datos y resultados (Cuadros de
7. Social Listening



6. Inbounq Marketing

1. Qué es?, en qué consiste?
2. Inbound Marketing vs Outbound Marketing
3. Aplicación y técnicas
4. Pilares y metodologías
5. Fases: etapas del proceso de compra del usuario
6. Inbound Marketing vs Marketing de atracción
7. Elaboración de propuestas comerciales: ¿Cómo vender y cuánto cobrar por servicios de marketing digital?

7. Plan de Marketing

1. La empresa y la estrategia de marketing basada en información
2. Estrategia de producto, servicio y marca
3. Identificar al cliente ideal
4. Diseño de un plan de Marketing digital
5. Implementación de un plan de Marketing digital
6. Herramientas y estrategias efectivas
7. Metas y procesos para captar / atraer nuevos clientes y ventas en la Web
8. Retención y fidelización de clientes

8. Gestión de Proyectos

1. Gestión de proyectos de Comercio Electrónico
2. Gestión de proyectos para Marketing Digital
3. Presentación propuesta Marketin

Certificación:

Se otorgará certificado a quién haya asistido como mínimo al 80% de las horas programadas.

Intensidad Horaria:

130 horas. 100 trabajo Presencial
Trabajo Independiente

Metodología:

Presencial





Inversión:

Matrículas Comunidad Externa: \$ 1.400.000

Matrículas Estudiantes Uninavarra: \$ 840.000

Matrículas Docentes, colaboradores y egresados **UNINAVARRA:** \$ 980.000

Matrículas convenios de cooperación: \$ 1.120.000

Informes e inscripciones:

Calle 10 No. 6-41. Tel: (+57-8) 8722049 - 8711199 - 8740089

Email: extension@uninavarra.edu.co

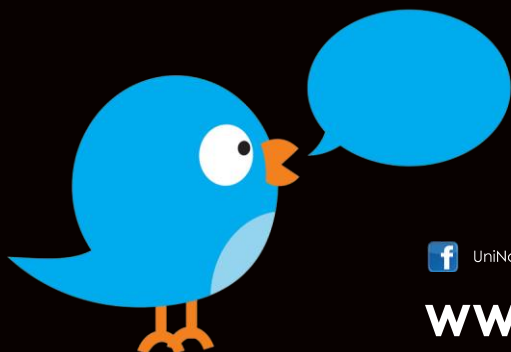
Inscripción virtual sin costo en la página web www.uninavarra.edu.co

Requisitos:

-Fotocopia del documento de identidad

-Fotografía 3X4 fondo azul

-Diligenciar formulario (sin costo)



Uninavarra



@Uninavarraeduc



uninavarra

#YoSoyUNINAVARRA

www.uninavarra.edu.co

