

DIPLOMADO NEGOCIOS DIGITALES ESTRATÉGICOS

PLAN DE CONTENIDO CURRICULAR

ALCANCE

Brindar los conocimientos y el pensamiento estratégico fundamental para el diseño y desarrollo de un negocio digital y asegurar su adecuado crecimiento haciendo uso de estrategias de marketing digital.

MODALIDAD

Virtual - Trabajo sincrónico 100 HORAS

Presencial – 100 Horas

MÓDULO I

APRENDIZAJE – LOS PILARES DEL NEGOCIO DIGITAL– ANGELA PINZÓN

21 horas

- Los negocios digitales, ¿que son y como se monetizan?
- ¿Qué es y para qué sirve el marketing digital? - Alcance
- ¿Cuáles son las variables del marketing digital? (Activos digitales, SEO, SEM, Social Media, Contenidos, E-mail marketing, Analítica).
- Cómo diseñar un plan de Marketing Digital

MÓDULO II

APRENDIZAJE - CONSTRUCCIÓN DIGITAL ESTRATÉGICA – ANGELA PINZÓN

21 horas

- Conocimiento estratégico de audiencias.
- Investigación y diseño de un buyer persona.
- Diseño del ADN de marca digital.
- SEO estratégico - Conceptos, técnicas y acciones específicas de posicionamiento orgánico.

MÓDULO III. CREACION DE UN SITIO WEB - CARLOS ALBERTO GÓMEZ

27 horas

- Usabilidad.
- Accesibilidad.
- Creación del mapa del Sitio Web.
- Prototipado.
- Maquetación y desarrollo de interfaces.
- Optimización SEO.

MÓDULO IV

APRENDIZAJE - ACTIVOS DIGITALES PARA LA VENTA ONLINE – MONICA HERMIDA

27 horas

- ¿Como vender online?
- ¿A través de que Canales vender?
- Conceptos, diferencias, ventajas y desventajas para vender en: Market place, e-commerce, redes sociales.
- Planeación para el desarrollo de un e-commerce.
Importancia de los catálogos y la definición de precios.
- Aspectos logísticos de la venta online: Redes, Marketplace e ecommerce.

MÓDULO V

APRENDIZAJE – ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES - MONICA HERMIDA

24 horas

- Cuentas empresariales Facebook e Instagram.
- Planeación de contenidos.
- Publicidad en redes Sociales (Facebook e Instagram Ads). Business WhatsApp
- Google Ads ¿Qué es?, Ventajas.
- Taller configuración y creación de campañas en Google Ads.

Conferencistas:

Mónica Hermida

Máster en Marketing Digital y Negocios digitales de la Escuela de Negocios ESDEN, más de diez años de experiencia en distintas áreas de e-research, marketing + digital.

Ha dirigido procesos de e-Research & Consumer Insights, UX, Buyer Personas, Customer Journey, creación, dirección de paneles propietarios y de consumidor y comunidades online, con resultados accionables en estrategia digital para compañías como Celsia, CCB, Procolombia, Bancolombia, McCann, Ogilvy, Y&R, Publicis, entre otras.

Cuenta con experiencia docente y como conferencista en IAB Colombia, la UPC, CESA, Universidad Externado, Universidad Central y el SENA.

Actualmente es consultora en marketing y negocios digitales, profesora en la Universidad Jorge Tadeo Lozano y profesor contenidista en temas de e-commerce y marketing digital en la Universidad del Istmo de Panamá.

Angela Pinzón

Magister en TIC (Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia). Experta en el manejo de TIC en el ámbito personal, educativo y empresarial, con experiencia de más de ocho años en temas relacionados con marketing digital y TIC, desde el diseño de contenidos para Social Media empresarial, político, hasta CM.

Cuenta con experiencia como capacitadora empresarial y asesora en marketing y fotografía digital, asesora en investigaciones de maestría del programa Beca Maestra de la UPTC y Colciencias, investigadora activa del grupo de investigación Símbolos de la UPTC en la línea Sociedad y TIC.

Carlos Alberto Gómez

Diseñador gráfico de la Universidad de Boyacá, Diseñador UX de Coderhouse Argentina. Experto en conocimientos en experiencia de usuario y diseño centrado en el Usuario DCU técnicas de UX, arquitectura de la Información y UI Diseño de Interfases.

Actualmente director de Webmisferio y Senior User Interface Designer en Elevation Washington DC.

Cuenta con experiencia en el desarrollo de interfaces para empresas de diversas categorías en Colombia y Estados Unidos.