

# DIPLOMADO EN MARKETING DIGITAL Y ANALÍTICA APLICADA

## Justificación:

Las empresas, han encontrado en el marketing digital la forma más cercana y efectiva para comunicar y relacionarse con sus audiencias. Seguimiento de solicitudes, posibilidades de ventas, atención de quejas, medición de la reputación digital de una marca, difusión eficiente de las implementaciones de responsabilidad social y sostenibilidad ambiental, entre otras acciones, son hoy posible gracias a las plataformas de social media (redes sociales, blog, foros, etc.), quienes han logrado crear un puente de interconexión entre clientes/usuarios/empresas.

Un ecosistema digital que sigue reinventándose entre algoritmos, nuevas funcionalidades que exigen al profesional de hoy, adquirir competencias no solo en la gestión de contenidos y conversaciones efectivas; también, la capacidad de análisis de la información que nos brindan estas herramientas de medición y CRM de los usuarios. Lo anterior, en función de contribuir al cumplimiento de los objetivos de los negocios en forma estratégica y planificada desde el actual mundo web 2.0.

En este diplomado analizaremos puntos fundamentales que nos ayuden a entender los diferentes participantes en la comunicación en redes sociales e Internet, como se clasifican y cómo trabajar los contenidos en el marco legal vigente.

Desde una óptica estratégica y táctica abordaremos aspectos básicos de cómo el big data facilita e impulsa los procesos analíticos actuales, visto desde la problemática de la gestión de clientes/usuarios.

Finalmente, aprenderemos a definir qué herramientas son claves para establecer un sistema de medición dentro de una organización. Profundizaremos en las principales métricas y cuales son pertinentes para cada sector.

## Dirigido a:

Emprendedores, profesionales de mercadeo digital en cargos afines como jefe de marketing digital, inteligencia de negocios con énfasis en análisis y medición de métricas digitales, gestores de contenidos, traficker, líderes de áreas de servicio al cliente y posventa, profesionales del área de comunicaciones y otros roles afines o interesados en profundizar en el mundo del mercadeo online.

## Resultados de aprendizaje:

- Realizar una auditoría de social media como insumo clave y análisis previo al diseño de un plan de social media.
- Diseñar y optimizar un plan de social media que le permita impactar en el objetivo estratégico de su organización.
- Diseñar una estrategia de contenido en cada una de las principales redes sociales pertinentes a su empresa.
- Crear un plan de medición en donde se establezcan objetivos y KPI's fundamentales para un proyecto de marketing digital que quiera llevar a cabo.
- Diseñar un plan de pauta digital adaptado a la necesidad del negocio y/o sector en el que se encuentre. Así mismo conocer, configurar e interpretar las herramientas de analítica que permita afianzar, ajustar o corregir las campañas ejecutadas, teniendo en cuenta el plan de medición de su plan de marketing digital.
- Realizar la vinculación de Google Analytics a un sitio web que le permita elaborar informes, analizar e interpretar resultados.
- Analizar e interpretar resultados de una campaña digital que ayuden a la toma de decisiones estratégicas de la compañía donde trabaja.

## Metodología:

El programa se desarrollará bajo un modelo pedagógico, didáctico, teórico práctico y técnico donde a través de planteamientos de problemas, se le darán a los estudiantes las herramientas que necesita para resolver casos prácticos, que serán desarrollados de forma individual y en equipo y que podrán ser incorporados y adaptados en cada uno de sus proyectos profesionales. Algunas técnicas que se implementarán en esta metodología:

- Gamificación
- Storytelling
- Metodologías experienciales
- Design Thinking
- Trabajo participativo y colaborativo
- Aprendizaje por proyectos

# Contenido

## Módulo 1: Principios básicos, acuerdos y convenciones de un Ecosistema Digital

- Habilidades digitales
- Gestión del Tiempo y Productividad.
- Qué es la web 2.0, su origen y sus herramientas
- Presencia digital de una marca: puntos claves de un plan de marketing Digital (Taller práctico).
- Social media, conceptos básicos, su importancia y lo que veremos
- SEO: sus inicios y su evolución
- Publicidad digital: concepto y evolución
- La analítica digital, conceptos básicos, su importancia y lo que veremos.
- Marco legal y contractual en el marketing digital – (Principios básicos, Ley 1273 de 2009 y Ley 1581 de 2012 aplicadas al marketing digital).

## Módulo 2: Social Media Marketing

- Tipologías del social media y caracterización de usuarios.
- Plan Estratégico en el social media I
- Plan Estratégico en el social media II
- Gestión y Generación de contenido para social media
- Social Listening: Herramientas, análisis y diagnóstico.
- Marketing de influencia
- Meta: Más allá de Facebook, Instagram y WhatsApp. (Algoritmos, normas y condiciones de uso).
- Plan táctico para Twitter y LinkedIn (Algoritmos, normas y condiciones de uso).
- Plan Táctico para Youtube y Tik Tok y otras plataformas (Pinterest, Twitch, Snapchat). (Algoritmos, normas y condiciones de uso).
- Medición en el Social Media
- Proyecto: Plan estratégico de social media a partir de un análisis y diagnóstico de social listening con un plan de pauta digital en RRSS. I
- Proyecto: Plan estratégico de social media a partir de un análisis y diagnóstico de social listening con un plan de pauta digital en RRSS. II

# Contenido

## Módulo 3: SEO Estratégico

- Conceptos básicos SEO: Rastreo, Indexación y Clasificación en Google.
- Keyword Research
- SEO on page I
- SEO on page II
- SEO Off page I
- SEO off page II
- Black Hat SEO
- Herramientas SEO
- Plan de contenido para SEO I
- Plan de contenido para SEO II
- Herramientas de marketing de contenidos.
- Proyecto: Creación de una estrategia SEO basado en un plan de contenido

## Módulo 4: Publicidad digital y SEM

- Publicidad digital: acercamiento y principios básicos
- Diseño de campañas: Formatos y creatividades.
- Publicidad SEM
- Modelos de publicidad digital
- Segmentación y Estrategia ROI
- Publicidad Digital en RRSS
- Prospecting y Retargeting
- Google Ads
- Programática
- Marketing de afiliación
- **Proyecto:** Plan de publicidad digital y SEM

## Módulo 5: Taller de Google Ads (Preparación para la certificación)

- Pilares del SEM y Google Ads.
- Interfaz de Google Ads, tipos de campañas, objetivos, tracking y segmentación.
- Principios para desarrollar con éxito una campaña en Google Ads

# Contenido

- Keyword research
- Creación de anuncios textuales para campañas Search
- Como crear una campaña de Search
- Como crear una campaña de Display
- Como crear una campaña de YouTube
- Como crear una campaña de Shopping
- Métricas, optimización de campañas y presupuesto
- Herramientas y Configuración
- Preparación para el examen de la certificación
- Proyecto: Configuración de una campaña SEM en Google Ads.

## **Módulo 6: Analítica en Marketing Digital**

- El marketing analítico en las organizaciones
- Gestión de clientes
- Plan de medición en la analítica digital I
- Plan de medición en la analítica digital II
- Herramientas de medición en el marketing digital
- Métricas I
- Métricas II
- Métricas III
- Taller Google Analytics I
- Taller Google Analytics II
- Taller Google Analytics III
- Taller Google Analytics IV
- Proyecto: Plan de medición y análisis aplicado a un caso práctico.

# Expertos facilitadores



## HENRY PALENCIA MARTÍNEZ

Comunicador social, especialista en mercadeo, magister en Marketing Digital, consultor y productor de eventos, jefe de proyectos especiales del Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias - FICCI donde se desempeña como Coordinador General de los Premios India Catalina y NIDO - la convención de la industria audiovisual colombiana de la cual fue su creador. Actualmente es el jefe de mercadeo digital en una de las unidades de negocio de una de las empresas multilatinas farmacéuticas más importantes de Colombia.



## SERGIO GONZÁLEZ CRUZ

Experto en marketing digital y medios. Content Partnership Manager LATAM Tik Tok. Publicista con más de 10 años de experiencia en múltiples sectores como tecnología, medios, consumo masivo y telecomunicaciones. Inició su carrera profesional construyendo estrategias de mercadeo y planes de comunicación con foco en medios digitales y negocios transaccionales (E-Commerce).



## JUAN CARLOS SAMPER

Ingeniero Industrial de la Universidad de los Andes. Ha trabajado en los últimos 22 años en el desarrollo del marketing digital en la región Andina, Centroamérica y el Caribe. Ha fundado 9 compañías entre las cuales se destacan I NETWORK (ahora [www.vix.com](http://www.vix.com)), NETBANGERS y a hora WE ARE CONTENT ([www.wearecontent.com](http://www.wearecontent.com)). Hoy lidera WeAreContent que es la primera plataforma autogestionable de contenido a la medida del mercado hispano con más de 4500 proveedores registrados. Su función principal es ayudarle a las marcas a convertirse en medios a partir del contenido desarrollado con técnicas de SEO.



## STEVEN OROZCO CAICEDO

Publicista de la Universidad Pontificia Bolivariana con más de 11 años en la industria publicitaria, especializado en analítica digital y reputación de marca por parte del Instituto de Marketing Online de Barcelona.

Actualmente Maestrante en Marketing Digital de la Universidad Tecnológica Latinoamericana en Línea de México UTEL. Ha desarrollado diferentes proyectos como asesor de agencias de publicidad, desempeñándose actualmente como director de Planeación y Estrategia de Medios en DeepMarketing Group.

Experto en planeación de medios digitales, performance y conceptos técnicos para buscar soluciones integrales. Posee más de 20 casos de éxito en el sector, 6 premios publicitarios académicos, múltiples best practice en industrias relacionadas con Educación Superior, Retail, Vehículos, Restaurantes, Aerolíneas e Inmobiliarias, sumando un estimado de gestión de 110 marcas.

# Expertos facilitadores



## CRISTHIAN DURÁN:

Publicista. Especializado en publicidad digital. Consultor en Marketing Digital. Certificado en HubSpot y Facebook Blueprint. Con más de 8 años de experiencia en la industria desarrollando e implementando estrategias en SEM, SEO, Social Media, Email Marketing, Inbound Marketing y Automate Marketing. Su experiencia ha estado en ayudar a pequeñas y medianas empresas a mejorar sus procesos de venta mediante estrategias digitales.



## LAURA TATIANA CEBALLOS MEJIA

Especialista Senior en SEO Técnico y SEO Estratégico | Experiencia en E-commerce, Analítica e Inbound Marketing



## CAMILO ANDRÉS HINCAPIÉ LONDOÑO

Especialista gerencia estratégica de innovación. profesional en marketing y publicidad. Con más de 8 años de experiencia dirigiendo equipos interdisciplinarios de marketing e Innovación en compañías de servicios como: Consumo masivo, educación, cultura, gobierno, tecnología, financiero, salud y bienestar.

Docente:

MDA Latam y Crehana | Latam

- Docente Google del Curso de Marketing Digital 360 y Bootcamp Google Ads
- Estructuración de metodología de clase, construcción de temáticas y talleres teórico-prácticos.
- Enseñanza de temas de marketing digital en Google Ads con aplicación al Inbound marketing, CRM, remarketing y construcción de funnels.

# DIPLOMADO EN MARKETING DIGITAL Y ANALÍTICA APLICADA

---

## Mayor información

[cec@uninorte.edu.co](mailto:cec@uninorte.edu.co)

@cecuninorte

Teléfonos: 3509509

ext. **3800**

