



Gestión de *marketing* digital

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA

Nivel de formación: **Tecnólogo**

01 Presentación

La Tecnología en gestión de *marketing* digital, se enfoca en desarrollar habilidades para implementar estrategias digitales, especialmente orientadas a Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes). El programa busca formar a los participantes como agentes activos en la dinamización de procesos comerciales innovadores en el ámbito digital, respondiendo a las demandas del mercado. Al finalizar, los egresados serán competentes para gestionar comunidades virtuales con técnicas de *marketing* digital alineadas a objetivos comerciales, demostrando calidad humana, ética, trabajo en equipo y habilidades de comunicación efectiva, respaldados por una formación integral que contribuirá al crecimiento empresarial mediante la innovación y eficiencia en el entorno digital.


Código

623605


Horas

3984


Duración

27 meses


Modalidad

Virtual

02 Justificación del programa

La adaptación de las sociedades a las nuevas tecnologías en todos los ámbitos de la vida responde a un proceso de transición que ya no tiene reversa. En nuestra rutina diaria, todos, en mayor o menor medida, estamos inmersos en esta gran revolución de la transformación digital y nadie escapa a la digitalización del entorno y su relación con el “homos digitales” (Arnaiz, F. y Pinto, S., 2018).

Desde esta perspectiva, debe señalarse que, en los últimos años, el comercio electrónico global ha aumentado paulatinamente su participación en el comercio en general, la pandemia por COVID-19 potencializó su crecimiento, estimado en 25,7 % de acuerdo con eMarketer (2021); así, desde el 2021, se adelantaron distintas modificaciones al Régimen Cambiario y al Régimen de Zonas

Franca, que benefician e impulsan el comercio electrónico de Colombia. La Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE) participó activamente en el proceso de construcción de estas modificaciones que impactarán de forma muy positiva las empresas exportadoras, por lo cual, estas acciones se llevan a cabo en conjunto con el Gobierno Nacional, para hacer del comercio electrónico, en general, y del comercio electrónico transfronterizo, en particular, herramientas para el desarrollo, fortalecimiento y expansión de las empresas colombianas y un eje de la competitividad del país. Siendo así, las oportunidades en gestión de *marketing* digital en el ámbito internacional son cada vez mayores, en la medida en que estadísticas como las aportadas por la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico así lo confirman.

Sumado a lo anterior, en el contexto empresarial nacional, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC, 2020) aclara que la transformación digital no solo consiste en la compra de equipos tecnológicos, sino que requiere tener una estrategia clara, empoderar a los colaboradores, entender al cliente y lograr una diferenciación con la competencia. Supone un cambio cultural en las empresas, pero a cambio les ofrece un gran potencial para generar nuevas oportunidades de negocio, lograr mayor eficiencia en los procesos, fomentar el trabajo colaborativo, incrementar la capacidad de respuesta en entornos cambiantes y mejorar la experiencia del cliente y su relación con la marca, entre otras. Son estas razones suficientes para que las empresas decidan sumarse al reto de la transformación digital, apartándose de procedimientos obsoletos y poco rentables, para responder a las nuevas demandas del mercado a través de la planeación estratégica que combine acciones de los entornos offline y online.

En este sentido, el MinTIC adelanta el proyecto “Vende digital, vende en línea”, que busca transferir conocimientos a empresarios, emprendedores y comerciantes de Colombia a través de un esquema de acompañamiento virtual en su proceso de implementación de canales digitales que les permitan vender en línea y desarrollar competencias para el comercio electrónico, con el objetivo de mejorar su competitividad en los mercados económicos a los que pertenecen. En las cifras publicadas a corte de mayo de 2021, se observa la acogida de este proyecto, evidenciándose la participación de 2665 emprendedores, 463 empresarios y 456 comerciantes de diferentes actividades económicas del territorio nacional.

Asimismo, la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE, 2021), en su informe del tercer trimestre de 2021, destacó el incremento del 155,9 %, entre los meses de enero y agosto, del índice de ventas del comercio digital minorista frente al mismo periodo de 2019, aunque la tasa se contrajo en un 25,4 % frente a lo reportado en el mismo periodo de 2020, debido al aumento en las preferencias de los consumidores por realizar compras a través del comercio electrónico durante la pandemia.

Por otra parte, el Observatorio Laboral Ocupacional del SENA (OLO, 2021) publicó la información del mercado laboral del año 2021 a nivel nacional para la ocupación Administradores de Comunidades Virtuales, registrando 449 vacantes, con un incremento del 6,7 % en relación con las vacantes ofertadas en el 2020 (421) y un incremento del 63,5 % con respecto a las vacantes del año 2019 (285); asimismo, el número de colocados fue de 101, lo que significó un aumento del 36,5 % y 55,4 % frente a los colocados en los años 2020 (74) y 2019 (56) respectivamente.

Desde esta perspectiva, el Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA ofrece el programa Tecnología en Gestión de Marketing Digital como una formación propicia para que el aprendiz se proyecte como agente dinamizador de procesos comerciales innovadores en entornos digitales, que da respuesta a las exigentes demandas del mercado de manera diferenciada. El egresado estará en capacidad de gestionar comunidades virtuales de acuerdo con técnicas de marketing digital y objetivos de negocio, demostrando en su actuar calidad humana, sentido ético, capacidad de trabajo en equipo y comunicación asertiva, basado en una formación con enfoque integral, por la cual tendrá

capacidad para aportar desde la innovación y la eficiencia al crecimiento empresarial en el entorno digital.

03 Competencias a desarrollar

- **260101075** - Construir perfil de consumidor de acuerdo con metodologías de mercadeo y tipo de portafolio.
- **260101073** - Estructurar comunidades virtuales de acuerdo con técnicas de marketing digital y tipo de negocio.
- **260101095** - Estructurar campaña publicitaria de acuerdo con objetivos de comunicación y metodología de planeación.
- **260101071** - Negociar portafolio de acuerdo con categoría de producto o servicio.
- **260101074** - Gestionar comunidades virtuales de acuerdo con técnicas de relaciones públicas y tipo de negocio.
- **240201528** - Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
- **240201524** - Desarrollar procesos de comunicación eficaces y efectivos, teniendo en cuenta situaciones de orden social, personal y productivo.
- **240202501** - Interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el marco común europeo de referencia para las lenguas.

- **220201501** - Aplicación de conocimientos de las ciencias naturales de acuerdo con situaciones del contexto productivo y social. (Biología)
- **220501046** - Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con necesidades de manejo de información.
- **240201530** - Identificar la dinámica organizacional del SENA y el rol de la Formación Profesional Integral de acuerdo con su proyecto de vida y desarrollo personal.
- **240201526** - Enrique Low Murtra - Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz– Ética para la construcción de una cultura de paz.
- **220601501** - Aplicar prácticas de protección ambiental, seguridad y salud en el trabajo de acuerdo con las políticas organizacionales y la normatividad vigente – Protección para la salud y el medio ambiente.
- **230101507** - Generar hábitos saludables de vida mediante la aplicación de programas de actividad física en los contextos productivos y sociales.
- **240201533** - Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales. - Fomento de la cultura emprendedora.
- **240201064** - Orientar investigación formativa según referentes técnicos.
- **210201501** - Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.

04 Requisitos de ingreso

El perfil requerido para el desarrollo del programa Gestión de marketing digital debe incluir una formación media a nivel académico, con la aprobación del grado undécimo; esta información requiere la certificación de dicho proceso y el certificado de la presentación de la prueba de Estado de la educación media. La edad mínima para la postulación es de 16 años.

05 Perfil de egreso

La Tecnología en Gestión de Marketing Digital le permitirá al egresado desempeñarse en empresas públicas y privadas de cualquier sector de la economía, gestionando comunidades virtuales de acuerdo con técnicas de marketing digital y objetivos de negocio, demostrando en su actuar calidad humana, sentido ético, capacidad de trabajo en equipo y de comunicación asertiva, basado en su formación con enfoque integral, por la cual tiene capacidad para aportar innovación y eficiencia al crecimiento empresarial en el entorno digital.

06 Estrategia metodológica

Centrada en la construcción de autonomía para garantizar la calidad de la formación en el marco de la formación por competencias, el aprendizaje por proyectos y el uso de técnicas didácticas activas que estimulan el pensamiento para la resolución de problemas simulados y reales; soportada en la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación integradas en ambientes virtuales de aprendizaje, que, en todo caso, recrean el contexto productivo y vinculan al aprendiz con la realidad cotidiana y el desarrollo de las competencias.

Igualmente, debe estimular de manera permanente la autocrítica y la reflexión del aprendiz sobre el quehacer y los resultados de aprendizaje que logra a través de la vinculación activa de las cuatro fuentes de información para la construcción de conocimiento:

- El instructor - Tutor.
- El entorno.
- Las TIC.
- El trabajo colaborativo.