



**Formación
Ejecutiva**

VIGILADO **MINEDUCACIÓN**



Estudia nuestro diplomado:

MARKETING DIGITAL ESTRATÉGICO



OBJETIVOS

- Analizar los comportamientos del mercado y el consumidor dado el uso de nuevas tecnologías.
- Desarrollar una visión global sobre el mundo digital, las tendencias y las implicaciones que esto representa.
- Diseñar y coordinar un plan de mercadeo digital estratégico, planificación de medios y desarrollo de campañas de publicidad online, conociendo las diferentes alternativas y plataformas que el mundo online ofrece.
- Implementar de manera eficaz y rentable estrategias de marketing digital y saber cómo medir sus resultados.



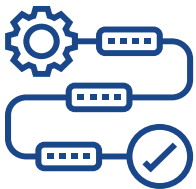
Formación
Ejecutiva

¿POR QUÉ ESTUDIAR EN EL CESA?



Programas con temáticas a la
vanguardia

Docentes que unen lo mejor de
la academia con el mundo real



Metodologías prácticas

*Aplicables a casos de la vida real

Educación personalizada



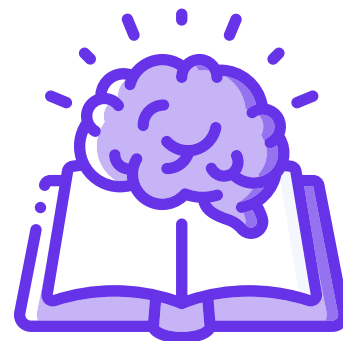
CALIDAD CESA



METODOLOGÍA

Este diplomado se impartirá de manera online en vivo, utilizando herramientas pedagógicas prácticas y didácticas. La extensión y profundidad del programa requieren de la participación permanente y activa de cada uno de los estudiantes, logrando de esta manera, la construcción conjunta de conocimiento con el apoyo del docente.

A lo largo del diplomado, se darán herramientas que permitan la construcción de un plan de marketing digital, este se tomará como proyecto final para otorgar la insignia digital emitida por el CESA, que acredita las competencias del participante en marketing digital estratégico. El proyecto estará guiado por los docentes durante las sesiones, mediante la practicidad en las mismas.



PLAN DE ESTUDIOS

Módulo I:

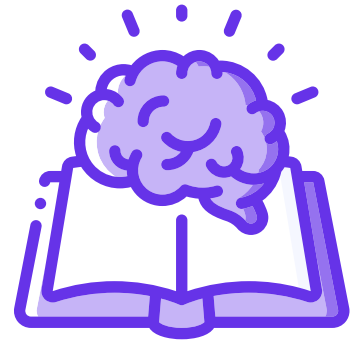
Taller de Innovación/Design Thinking

Módulo II:

Marketing estratégico online y consumidor digital

Tema 1. Fundamentos de marketing digital estratégico

- Cambios evolutivos en aspectos de la vida diaria – impacto de la digitalización.
- Evolución del consumo de información.
- Evolución del consumo de medios.
- El consumidor digital.
- Retos de la comunicación a través de medios digitales.
- Mapa del ecosistema digital.
- Canales de comunicación digital, herramientas claves.
- Retos del consumo digital.
- El mercadeo enfocado en ventas rentables.
- Preparación para el trabajo en grupo.
- Elementos claves de un plan de mercadeo.
- Modelo Canvas.

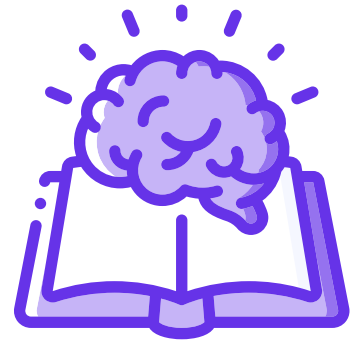


Tema 2: Omnicanalidad y funnel de conversión

- Consumer Journey
- Upper, Middle y Lower Funnel
- De funnel de conversión a Personalización
- Generalidades de la Omnicanalidad
- Mejores prácticas de omnicanalidad
- Atribución y entendimiento de cómo medirlo
- Conexión Omnicanalidad con personalización
- Uso de Medios para genera precisión en la omnicanalidad

Tema 3: Desarrollo de arquitectura de marca en contextos digitales

- Darwinismo Universal.
- El nacimiento del meme y los contenidos virales.
- De la fase teórica a la fase aplicada: cómo ser más adaptativo en digital.
- Modelos básicos.
- Atractividad, relevancia y coherencia.
- Figura – Fondo.
- Concepto articulador o Metáfora
- Operativa (CA/MO)
- Five Step Digital Branding Process
- Necesidades humanas aplicadas a la arquitectura de branding.



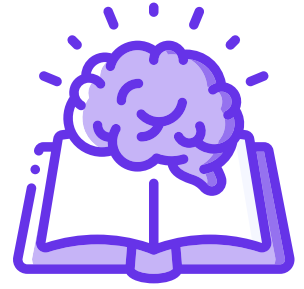
- Mapas digitales para despliegue de branding

Tema 4: Insights del consumidor digital

- Panorama del entorno y las variables macro y microeconómicas relacionadas con el comportamiento del consumidor colombiano.
- Entendimiento de cómo está cambiando el consumidor y los retos que impone la fragmentación de las audiencias.
- Definición psicográfica de las generaciones y como se relacionan con el consumo y la tecnología.
- Entendimiento de la importancia del big data para el análisis del consumidor.
- Análisis del panorama de la compra online y demás prácticas asociadas al ecosistema digital en Colombia (showrooming, ROPO, recomendaciones, etc.).
- Análisis del internauta colombiano.

Tema 5: Big data para apalancar el negocio

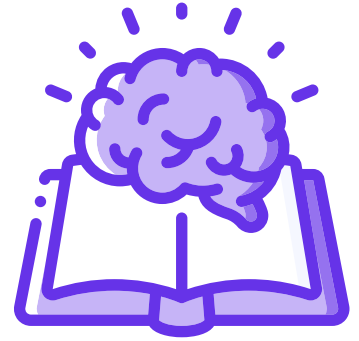
- Revolución digital.
- Principales casos de uso de Big Data por sector.
- Importancia de los datos en las corporaciones.
- Framework de gestión de datos.
- Enfoque Insight driven organization.



- Función analítica en la compañía.
- Metodología de análisis de datos: CRISP-DM.
- Bases de datos NoSQL.
- ¿Qué es Big Data?
- Arquitectura Big Data.
- Principales vendors.
- Modelos de aprendizaje no supervisados.
- Modelos de aprendizaje supervisados.
- Utilización de analytics para impactar el ciclo de vida del cliente
- Visualización: Tipos de gráficas.
- Tips de visualización y errores frecuentes.
- Herramientas de visualización.

Tema 6: Relaciones con los clientes y fidelización Introducción

- Objetivos de fidelización en internet
- CRM y eCRM
- Componentes clave
- Inteligencia de clientes
- Incremento del valor del cliente
- Lealtad y relacionamiento
- Administración de datos
- Segmentación aplicada
- Formas y dimensiones de segmentación
- Pasos para implementación de eCRM



- Segmentación y mapas
- Tecnología y herramientas

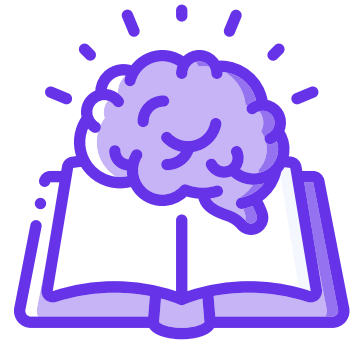
Tema 7: Investigación de mercados en entornos digitales

- Entorno – El consumidor Hoy.
 - Hábitos y usos del consumidor digital en Colombia.
- Metodologías de investigación.
 - Procesos Inconscientes.
 - La investigación Online, metodologías cuantitativas y cualitativas.
- Herramientas de Investigación Digital.
 - Ux Test.
 - Encuestas Interactivas Online.
 - Social Listening.

Módulo III: Presencia online web

Tema 1: Branding Digital

- Conceptos de Marca, Branding y Brand Equity.
- Cuál es la importancia de una marca poderosa hoy en un entorno que busca
- Performance.
- Quién es quién en el Embudo de conversión.
- Tipos de Canales y Tácticas que ayudan a construir Branding en entornos digitales.
- La importancia de los Territorios de Marca para lograr marcas representativas.

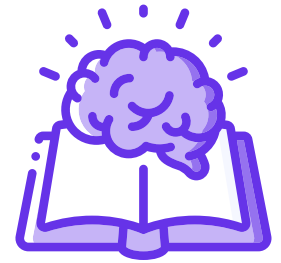


Tema 2: Adonline/Native Advertising

- Introducción.
- Digital Advertising desde el ecosistema de anuncios para display ad, al retargeting.
- Formatos Digitales: Tradicionales y Rich Media.
- Planning Fundamentals of Online Advertising.
- Fundamentos de la entrega y medición del éxito del online advertising.
- Lineamientos, mejores Prácticas y Bases Legales en relación con el uso de cookies y otros métodos de seguimiento.
- Introducción a los modelos básicos de compra de medios.
- Social Ads.
- Lineamientos para Display Advertising.

Tema 3: Performance Digital

- Definición de Performance.
- Ejemplos de performance.
- Brand Building vs Performance.
- Data Driven Marketing.
- Implicancia del performance marketing: selección de medios, mensajes y formatos, modelos de compra y sistema de medición.
- Checklist para una campaña de performance.



Tema 4: Social Media/Real Time Marketing

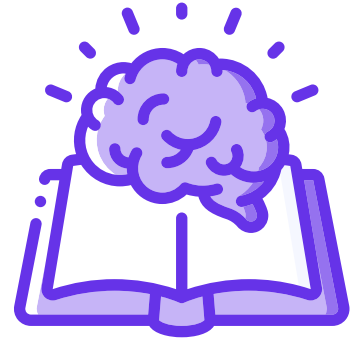
- Qué es Social Media Marketing.
- Las Dimensiones del Social Media Marketing.
- Planning Estratégico Digital.
- Community Management.
- Manual de crisis para Social Media.
- Reputación online.
- Medición de objetivos y metas del Social Media.

Tema 5: Influencer Marketing

- Introducción al mundo del contenido.
- ¿Por qué la tecnología es indispensable en el influencer Marketing?
- ¿Cómo es por dentro una plataforma de influencer Marketing?
- ¿Cómo medirlo?
- ¿Qué es la co-creación de contenido?
- ¿Dónde está hoy la audiencia?
- ¿Existe la curación de contenido en el influencer Marketing?
- ¿Se puede comprar bajo performance?
- Tendencias.
- Casos.

Tema 6: Marketing de contenidos/video

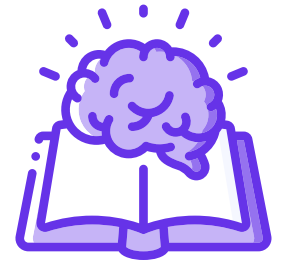
- ¿Qué es Content Marketing?
- Historia y cifras del Content Marketing en el mundo.



- Content Marketing vs. Marketing Tradicional.
- Cómo ser relevante.
- El ciclo de necesidad del usuario.
- Audiencias Mínimas Viables.
- Story Telling.
- Formatos y referentes de Story Telling.
- Retórica.
- Contenido Centrado en el usuario.
- Lectura Escaneada.
- Amplificadores.
- Native Advertising.
- Estrategia y Flujos.
- Medición y Data.
- Contenido para SEO.
- Funneling.
- (Taller) Construcción de Buyer Personas.
- (Taller) Construcción de Flujo de Contenido Inbound.

Tema 7: Inbound Marketing/Marketing en buscadores

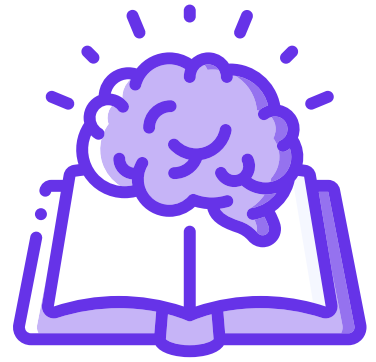
- Buscadores de Internet de las empresas colombiana.
- Posicionamiento en buscadores de Internet.
- Compra de palabras clave en Google
- AdWords.
- Casos de éxito - Taller práctico de Google



- AdWords.
- Inbound Marketing.
- Atracción, conversión, cierre de venta y red de búsqueda.

Tema 8: Rentabilización de audiencias primarias a través del email marketing automation

- Insights principales del email automation marketing y su lugar dentro del ecosistema de comunicación. ¿Por qué es tan utilizado por la mayoría de las empresas grandes y casi todas las industrias?
- La importancia de rentabilizar tu audiencia primaria.
- Propiedades y métricas del canal.
- ¿Por qué el spam y cómo salir del mismo? Reputación.
- Generación de bases de datos como activo principal de la empresa e insumo principal del email automation marketing.
- Estrategias de automatización, personalización y segmentación.
- Campañas cross de email marketing con otros medios.
- Email Customer Journey.
- Mobile first y tendencias de diseño.
- Casos de éxito.

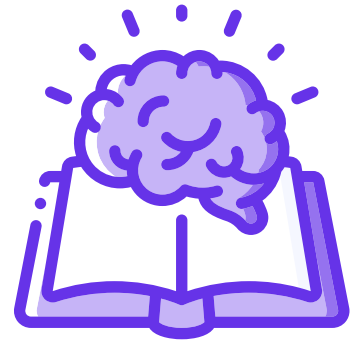


Tema 9: Realidad Virtual y Aumentada

- Conceptos Generales.
- Aplicación de tecnologías inmersivas en múltiples industrias.
- Presente y Futuro de las tecnologías inmersivas (¿Metaverso?).

Tema 10: Compra programática

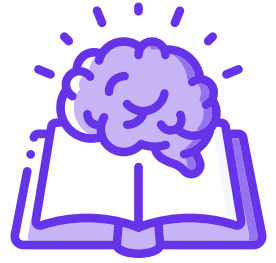
- Tendencias.
 - Comparación entre tipos compras de medios.
 - Las audiencias como método de valoración de marcas.
- El Ecosistema de la tecnología de la publicidad (Ad Tech).
 - Ad Exchanges.
 - Demand-Side Platforms.
 - Data Management Platforms.
 - Agency Trading Desks.
 - Tácticas de optimización y perfilamiento.
- Aplicación al mercado regional y local.
 - Casos.
 - Taller de incremento del valor de marcas con Programmatic.



Módulo IV: Negocios digitales y escenario legal

Tema 1: Ecommerce

- Definiciones y marco conceptual.
- Modelos de negocio y de ingresos en Internet.
- Omnicanalidad / Integración de canales de distribución.
- Contexto colombiano.
 - Expectativas del consumidor colombiano online.
 - Categorías más exitosas.
 - Comparación con otros países.
- Componentes de un proyecto de comercio electrónico para retail (comercio minorista).
 - Propuesta de valor.
 - Plataforma tecnológica.
 - Logística de entrega y abastecimiento.
 - Medios de pago.
 - Promoción y publicidad.
 - Servicio al cliente.
 - Estructura Organizacional.
- Fijación dinámica de precios
- Caso de éxito colombiano.
- Métricas y KPIs en Comercio Electrónico.

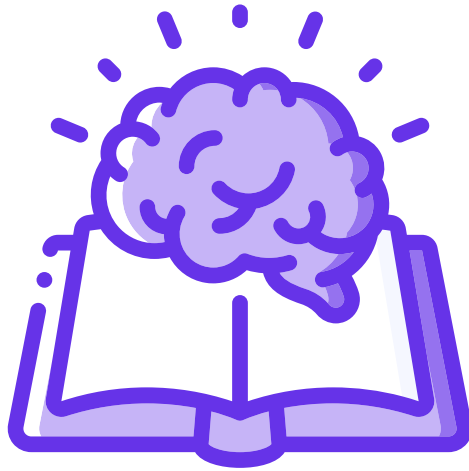


Tema 2: Aspectos jurídicos del Marketing Digital

- Propiedad intelectual – regulaciones.
- Derechos de autor.
- Regulaciones en Colombia.
- Mail o móviles.
- Lo no regulado.
- Marcas y dominios.
- Contenido.
- eCommerce.
- Casos de estudio.

Módulo V: Analytics e indicadores de gestión/Viewability

- Medición en un mundo multiplataforma
- GRPs Digitales. Método de cálculo.
- Análisis de nuestros websites.
- Análisis de la conversión.
- Análisis de campañas.
- Social listening.
- Estructurando el pensamiento digital:
- Armado de un dashboard.
- Taller Grupal: implementación de un modelo de planeación y armado del dashboard.



Módulo VI: Resumen general de estrategia digital aplicada a campañas

- El futuro de los medios.
- Comunicación significativa y relevante en digital.
- Definición estratégica de objetivos de campaña.
- Audience Planning.
- Estrategias de campañas Full Funnel.
- eConsumer colombiano.
- Insights digitales.
- Marketing on the Go.
- Tendencias y recomendaciones en generación de contenido digital.
- Apps Planning.
- Planificando Video, Programmatic, Social y Mobile.



DIRIGIDO A:

Este programa está dirigido a profesionales de mercadeo y áreas afines, con al menos un año de experiencia; que quieran adquirir conocimientos en temas de marketing digital.

También a empresarios, gerentes, gerentes de pymes y emprendedores; con interés en empezar a construir su estrategia de marketing digital.



**Formación
Ejecutiva**

DOCENTES



ALEX BUDKIN

Country Manager en Colombia de Icommkt. Trabaja actualmente con más de 80 empresas colombianas de primer nivel como Totto, Decameron, Bavaria, Caracol TV, Studio F brindando consultoría en cómo mejorar sus resultados a partir de estrategias Customer Centric. Además, ha dictado clases en varias universidades del país y ha dictado conferencias en eventos como Colombia 4.0, IAB Day, Ecommerce Day y Webcongress.



**Formación
Ejecutiva**



ANDRÉS VENEGAS

Director y fundador de Meta Culture Engineering. Se ha desempeñado como aliado estratégico de importantes compañías, tales como Publicaciones Semana, Casa Editorial El Tiempo, Univision y Televisa. Conferencista en programas de educación continuada y de la IAB. Mentor en los programas de emprendimiento del MinTic en iniciativas Apps.co



**Formación
Ejecutiva**



DANIEL SALAZAR

Antropólogo y periodista, experto en estrategias de Content Marketing. Director y Fundador de Contenidos el Rey.



**Formación
Ejecutiva**



ENRIQUE SAMPER

Administrador de marca, experto en publicidad y gestión de cuentas, con experiencia en empresas de varios países de América Latina. Especialidades: Marketing, marcas, empresas y equipos de desarrollo.



**Formación
Ejecutiva**



JUAN DAVID RAMÍREZ

Más de 20 años de experiencia profesional en publicidad y mercadeo con agencias líderes en el país como OMD, DDB, BBDO y JWT. Ha trabajado como anunciante en Unilever Andina y ETB. En Unilever hizo su salto al mundo digital para luego ser parte de Microsoft dentro de I-Network/Batanga y Yahoo. Actualmente es co fundador de FLUVIP, haciendo parte de una de las categorías de la publicidad digital que está revolucionando todos los mercados, (Influencer Marketing).



**Formación
Ejecutiva**



JUAN DIEGO BECERRA

Presidente de RADDAR. 10 años de experiencia como investigador de consumo en Colombia; se desempeña también como docente en el área de comportamiento del consumidor en diferentes instituciones. Politólogo, Universidad Nacional de Colombia. Especialista en Mercadeo y Candidato a Magister en mercadeo, Universidad Eafit.



**Formación
Ejecutiva**



LEANDRO VÁZQUEZ

Máster en Marketing Internacional con experiencia laboral en compañías de Argentina, España, Portugal, Colombia e Inglaterra.



**Formación
Ejecutiva**



OTTO NASSAR

Estudio Diseño Industrial en la Universidad de los Andes en Bogotá, Colombia y una maestría en negocios digitales en Hyper Island en Estocolmo, Suecia.

Tiene más de 10 años de experiencia en agencias de publicidad y estudios de diseño en Bogotá, Estocolmo y Copenhague. Ha trabajado en la planeación, diseño y desarrollo de productos interactivos, estrategias digitales, campañas de publicidad, sitios web, aplicaciones móviles y tiendas online. Actualmente es director creativo de Anthropologic, una agencia de publicidad independiente en Bogotá, Colombia.



**Formación
Ejecutiva**



MISAEEL MARTÍNEZ

Founder - Managing Director Colombia - Julius2Grow.

Empresario digital, consultor senior en temas de CRM, marketing digital, marketing automation y comercio electrónico. MBA Inalde, docente universitario y fundador de Julius2Grow agencia Nativa digital con operación en Colombia, México, USA y España.



**Formación
Ejecutiva**



NICOLLE ROJAS:

Abogada, Socia en Data & TIC y consultora experta en las áreas de Tecnología, Protección de Datos Personales, Propiedad Intelectual & Medios, Industria y Comercio -derecho publicitario, protección al consumidor y asuntos regulatorios-, Competencia, Corporativo y Resolución de Controversias, así como temas convergentes.

Tiene una reconocida trayectoria profesional, vinculada a la academia y a la investigación en el ámbito local e internacional.



**Formación
Ejecutiva**



MAX GÓMEZ

Regional Managing Director de Ariadna Communications Group.

Es un nativo digital con 13 años de experiencia en la transformación de marcas en pro de aumentar sus objetivos de negocio a través de marketing digital. Actualmente se desempeña como Regional Managing Director de Ariadna Communications Group, siendo responsable del crecimiento del negocio de clientes a partir de metodologías de growth marketing en América Latina y Estados Unidos. Tiene una amplia experiencia en marketing digital, planificación de medios, comercio electrónico y metodologías estratégicas enfocadas al retorno sustancial de la inversión (ROI). cuenta con una especialización en Marketing Estratégico del CESA así como estudios de Fintech en la Universidad de California, Berkeley, Haas School of Business.



**Formación
Ejecutiva**



ANA MARIA SERNA

Apasionada por la investigación y el comportamiento del consumidor. Co fundador y Directora de MindLabs, agencia de Investigación que busca combinar: Ciencia, BigData, y estrictas metodologías de investigación para transformar la interacción digital de los consumidores en datos relevantes y accionables para las marcas. Docente y Speaker en consumer Insights. Trabajó por más de 15 años en mercadeo liderando marcas de farma y consumo masivo. Adicionalmente trabajo 5 años en Casa Editorial El Tiempo como Directora de Publicidad.



**Formación
Ejecutiva**



JUAN MANUEL ESCOBAR

Productor, director y asesor de proyectos de Realidad Virtual y Aumentada, apasionado por conectar la industria de realidades inmersivas en Colombia y Latam e impulsar los medios inmersivos e interactivos para su aplicación en múltiples industrias. Socio de la empresa de Tecnologías inmersivas Aroa Studio, creador de la red XRLatam, la red de tecnologías inmersivas con mayor crecimiento en la región, Cofundador y presidente de la Asociación Colombiana de Realidades Inmersivas,



**Formación
Ejecutiva**



FERNANDO BASTO

En 1.999 fundó su primer portal (BusinessCol.com) convirtiéndose así en uno de los empresarios pioneros de habla hispana del Internet, por lo cual cuenta con más de 22 años de experiencia como emprendedor, consultor, conferencista en marketing digital, reputación online y emprendimiento. Catedrático y Autor. Ha sido Consultor y Asesor de compañías nacionales e internacionales como Claro, Westcon, Telmex, Seguros Bolívar, Compensar, Skotia Bank Colpatria, Redeban Multicolor, Acciones & Valores, Procables e importantes compañías PYMES. Catedrático en posgrados y pregrados de las más importantes Universidades Colombianas



**Formación
Ejecutiva**



JAVIER SILVA

Profesional en Mercadeo y Publicidad, y Especialista en Comunicación Corporativa del Politécnico Grancolombiano. Máster Executive Internacional en Dirección de Empresas de la EOI de España.

Más de 18 años de experiencia en roles comerciales, gerenciales y liderazgo de equipos multidisciplinarios en compañías de medios. 6 años de experiencia en Teads Colombia y Teads Latam como Business Director, Managing Director y Client Partnerships Director en los principales mercados de Actualmente, Managing Director en Sunmedia Colombia. Experto en marketing y estrategia digital, especialista en compras programáticas, Data y creatividad digital. Consultor independiente, emprendedor y speaker.



**Formación
Ejecutiva**



DIANA NARANJO

Especialista en desarrollo de negocios y marketing digital.

Directora General en Portal en Línea- Tecnología aplicada a la innovación y al marketing, docente el Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA con experiencia en el diseño e implementación de estrategias digitales 360° para grandes marcas en Colombia en los sectores automotriz, belleza, cooperativo financiero, construcción, retail y moda.



**Formación
Ejecutiva**

VIGILADO MINEDUCACIÓN



¿QUÉ OBTENDRÁS?

DIPLOMA





**Formación
Ejecutiva**

**CONSULTA LAS POLÍTICAS
DE EDUCACIÓN CONTÍNUA**

AQUÍ

**PARA MÁS INFORMACIÓN
ESCANEA ESTE CÓDIGO**

