

MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO



CONTENIDO TEMÁTICO

El marketing digital y el comercio electrónico son tendencias en las organizaciones actuales, es por esta razón que este diplomado se enfoca en la conceptualización, implementación y evaluación de múltiples estrategias de marketing digital y de e-commerce. Este diplomado está sustentado en 8 módulos que llevarán al estudiante desde los fundamentos, hasta la evaluación de sus acciones integradas de marketing y de e-commerce.

Módulo 1. **FUNDAMENTOS DE MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO.**

- Estamos viviendo una era digital en donde el marketing está siendo potencializado y dinamizado por la tecnología, razón por la cual, hoy en día, debemos identificar y apropiarnos una gran cantidad de nuevas herramientas que permitan llegar a nuevos clientes, conocer el comportamiento del consumidor e impactarlo con los mensajes de nuestros productos y/o servicios para así lograr gestionar correctamente cada uno de los pasos del Marketing Funnel. En este orden de ideas, este módulo entrega todo el fundamento técnico y teórico para comprender el marketing tradicional, pero, sobre todo, para entender la digitalización del marketing y su evolución.

Módulo 2. **ESTRATEGIAS Y PLANIFICACIÓN DE MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO.**

- El marketing es un proceso dinámico, es por esta razón que existen múltiples estrategias que permiten competir de manera diferente aprovechando las ventajas que ofrece la globalización. En este contexto, este módulo presentará a los estudiantes las estrategias de marketing digital y comercio electrónico más frecuentes en el mercado digital. Los estudiantes entenderán su valor para la estrategia organizacional y serán capaces de proyectar planes sustentados en dichas estrategias, aportando valor a la organización y cumpliendo con los objetivos comerciales propuestos. En este módulo se realizará el taller de plan de marketing en el Team Space.

Módulo 3. **CONTENT MARKETING.**

- El marketing digital se diferencia del marketing tradicional por su especialización en públicos y contenidos. Las audiencias ya no están recibiendo mensajes individuales de productos y marcas, sino que están en un contexto de exceso de información omnicanal, en donde los consumidores tienen múltiples posibilidades y opciones de compra. Es por esta razón, que toda estrategia de marketing inicia en un contexto de contenido, en donde se proyectan los elementos narrativos más importantes para las audiencias y en donde se determinan acciones de storytelling, storydoing y storyliving digital.

Módulo 4. **DIGITAL ADVERTISING.**

- El marketing digital y el comercio electrónico incluyen elementos tradicionales en sus canales digitales, es por esta razón, que la publicidad análoga tradicional también tiene sus espacios en conglomerados mediáticos digitales. En este módulo, los estudiantes conocerán de los formatos más recurrentes en términos de marketing digital y comercio electrónico: display, vídeo, search, shopping ads, app ads, etc. En este momento los estudiantes conocerán y aplicarán herramientas digitales para la gestión de estos contenidos, como es el caso de Google Ads. En este módulo se realizará el taller de Google Ads en el Laboratorio de Toma de Decisiones.

Módulo 5: **SEO-SEM Y WEBSITE MARKETING.**

- Una estrategia de comercio electrónico se sustenta inicialmente en un sitio web, es por esta razón que en este módulo se presentarán todas las acciones integradas de marketing que permiten la consolidación de canales digitales de relacionamiento web. Los estudiantes conocerán los módulos más relevantes para la creación, actualización y gestión de sitios web, así como descubrirán el marketing semántico orgánico y pago que se deriva del relacionamiento de las páginas web: el SEO y el SEM. En este módulo se realizará el taller de website marketing en la Cámara de Gesell utilizando el eye tracker y el face coding.

Módulo 6: **COMERCIO ELECTRÓNICO.**

- En este módulo los estudiantes conocerán de los fundamentos y requerimientos mínimos para tener un sitio de comercio electrónico y poder desarrollar un enfoque directo de ventas para un entorno digital. Es por esta razón, que, en este módulo, los estudiantes conocerán sobre las diferentes plataformas de e-commerce, los procesos de pago electrónico, la logística y distribución digital de productos, así como otras estrategias de remarketing, métricas y KPI's. En este módulo se realizará el taller de logística y distribución utilizando el Smart logistic.

Módulo 7: **SOCIAL MEDIA MARKETING.**

- Una de las maneras más efectivas de relacionar a los clientes digitales con las marcas y las empresas es a través de las redes sociales, es por esta razón que, en este módulo, los estudiantes conocerán de las redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok y entenderán su importancia como puentes entre las marcas, las estrategias de marketing y los canales de comercio electrónico. En este módulo se estudiarán tendencias específicas de marketing para social media, así como se evidenciará la relevancia de implementar acciones y estrategias específicas para sitios de relacionamiento social. En este módulo se realizará el taller de social media marketing utilizando los recursos del Genius Space.

Módulo 8: **MARKETING EN EL METAVERSO.**

- Y finalmente, los estudiantes se verán inmersos en la nueva realidad del marketing digital: el metaverso. En este punto, los estudiantes comprenderán las diferentes técnicas de marketing en entornos como Decentraland, Roblox, Horizon, Spoke, Meta, etc. Este módulo permitirá que los estudiantes reconozcan la evolución del marketing digital y los nuevos escenarios en donde se desarrollarán las estrategias digitales de marketing y comercio electrónico, es por esta razón que se comprenderán conceptos técnicos, financieros y humanos que posibilitan la transformación del marketing. En este módulo se realizará el taller de Metaverso en el Maker Space Digital.