



GFPI-F-135 V01

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** MARKETING DIGITAL
- **Código del Programa de Formación:** 62110000 V1
- **Nombre del Proyecto:**
- **Fase del Proyecto:**
- **Competencia:** Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal
- **Resultados de aprendizaje a alcanzar:** ESTABLECER MÉTRICAS TENIENDO EN CUENTA PLAN DE MARKETING DIGITAL.
FORMULAR PLAN DE MARKETING DIGITAL TENIENDO EN CUENTA SEGMENTO DE MERCADO.
- **Duración de la Guía:** 48 horas



2. PRESENTACIÓN

Bienvenido(a) estimado Aprendiz al programa de formación MARKETING DIGITAL. En esta unidad abordaremos las temáticas que aportan saberes para el desarrollo de las actividades propuestas en esta guía de aprendizaje. Comenzaremos por decir que el marketing digital es un componente de la mercadotecnia que solo utiliza los

nuevos medios y canales publicitarios tecnológicos y digitales como Internet, dispositivos móviles y diversas plataformas de la tecnología que permiten crear productos y servicios personalizados y medir todo lo que ocurre para mejorar la experiencia de los usuarios. Con el marketing digital se entendió que la experiencia del cliente es fundamental, es por esto que se preocupa por procurar que la marca se muestre lo más amena y dinámica en todas las plataformas y redes sociales donde se tenga presencia.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE NO. 1: ACTIVIDAD INICIAL DE CONOCIMIENTOS PREVIOS

Se preguntará a los aprendices que conocimientos tienen sobre la temática que será abordada en el proceso de formación y que expectativas tienen del mismo, generando una dinámica reflexiva que permita evidenciar la importancia de obtener los conocimientos fundamentales para la estructuración de las estrategias de marketing digital en unidades productivas.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE NO. 2: CONTEXTUALIZACIÓN Y RECONOCIMIENTO DE CONCEPTOS, APLICACIÓN DEL MARKETING DIGITAL

Teniendo en cuenta el siguiente documento “Guía Definitiva del Marketing Online [2022] – ¿Qué es el Marketing Digital?” <https://conecta361.com/guia-definitiva-marketing-digital/>, y el acompañamiento del instructor en las sesiones donde se trabajaran los temas (**que es mercadeo, para que sirve el marketing y que es el marketing digital**) apoyado en otros documentos suministrados, resuelva las siguientes preguntas:

- Importancia del Marketing Digital en las empresas
- Ventajas del Marketing Digital
- Principales diferencias entre el marketing digital y el marketing tradicional
- Explique la evolución hacia el marketing online
- ¿Qué conceptos y definiciones de Marketing Digital son importantes destacar? Sustente sobre cada uno de ellos.

Socialice sus conclusiones ante el grupo.



ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE NO. 3: EL MARKETING DIGITAL Y SU IMPORTANCIA PARA LAS EMPRESAS

En grupos realice un video en forma de presentación donde sustente sobre los siguientes interrogantes:

1. ¿Qué es y qué significa el Marketing Digital?
2. ¿Por qué la gente compra cada vez más online?
3. ¿Qué factores debes tener en cuenta para diseñar una estrategia digital?
4. ¿Cuáles son las ventajas que vas a obtener al ingresar a este innovador mundo?
5. ¿Qué herramientas de Marketing Digital deberías utilizar para maximizar tu beneficio?
6. ¿Qué hace una agencia de Marketing Online?
7. ¿Cuáles son las tendencias y buenas prácticas que elevarán tu negocio a otro nivel? (entre otras).

En mesa redonda se realizara la socializacion de sus conclusiones ante el grupo

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE NO. 4: PUBLICIDAD ONLINE O DIGITAL

Responda las siguientes inquietudes y socialice sus conclusiones ante el grupo:

¿Qué es la publicidad en redes sociales?

Tipos de publicidad en Redes Sociales

Ventajas y desventajas de la publicidad en Redes Sociales

Principales indicaciones para hacer publicidad efectiva en redes sociales

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento:	Desarrolla los ejercicios y actividades propuestos de manera concreta.	Participación
Evidencias de Desempeño		Taller
		Ejercicios practicos
Evidencias de Producto:	Identifica los conceptos de marketing digital, segmento de mercado, objetivos de marketing digital.	Lista de chequeo
	Identifica los canales digitales de acuerdo con la estrategia de marketing digital	

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Anuncio: Soporte de comunicación comercial que busca impactar en una audiencia determinada favorable a los intereses de una marca anunciante.

Banner: Anuncio publicitario en forma de imagen gráfica que, generalmente, se sitúa a lo largo de una página web, en un margen u otro espacio reservado para publicidad. Ver Formatos IAB para conocer tamaños y alternativas estandarizadas.

Blog: Espacio web actualizado periódicamente y que muestra las opiniones, actividades o escritos sobre temática general o especializada de una persona o grupo de personas.

Bloggers: Los bloggers o blogueros, son las personas apasionadas compartiendo contenido a través de un blog.

E-mail Marketing: Email redactado, diseñado y enviado por un anunciante a usuarios de una base de datos proporcionada por un tercero, con autorización previa del usuario.

Influencer: Los influenciadores en social media, son una persona o grupo de personas que han ganado confianza, credibilidad y conocimiento a través de sus acciones de social media.

Inbound Marketing: El nuevo Marketing está enfocado en atraer a los clientes potenciales, conquistar su confianza y direccionarlos para el momento de la venta. La idea es que el cliente venga hasta la empresa, en vez de la empresa ir al cliente. Para eso, se usa la creación de contenidos relevantes (Marketing de Contenido) y estrategias en medios digitales para atender al público-objetivo y construir una relación con ellos.

7. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

PITRE REDONDO, REMEDIOS CATALINA, & BUILES ZAPATA, SULEICA ELVIRA, & HERNÁNDEZ PALMA, HUGO GASPAR (2021). Impacto del marketing digital a las empresas colombianas emergentes. Universidad & Empresa.

NÚÑEZ CUDRIZ, ENRIQUE CARLOS, & MIRANDA CORRALES, JESÚS DAVID (2020). El marketing digital como un elemento de apoyo estratégico a las organizaciones. Cuadernos Latinoamericanos de Administración.

TORRES, CLAUDIO (2012): Marketing en Internet para Pequeñas Empresas (Internet para PYMES)

STRIEDINGER MELÉNDEZ, MARTHA PATRICIA (2018). EL MARKETING DIGITAL TRANSFORMA LA GESTIÓN DE PYMES EN COLOMBIA.. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración.*

PERDIGÓN LLANES, RUDIBEL, & VILTRES SALA, HUBERT, & MADRIGAL LEIVA, IVIS ROSA (2018). Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas. Revista Cubana de Ciencias Informáticas.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO.

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor(es)	FABIAN ANDRES CASTILLO	INSTRUCTOR	COORDINACION ACADEMICA	

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razon del cambio
Autor(es)					