DISEÑO DE ACCIONES DE FORMACION COMPLEMENTARIA

CÓDIGO:	DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA
62360014	DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE PROMOCION DIGITAL PARA EMPRENDIMIENTOS
VERSIÓN: 1	SECTOR DEL PROGRAMA: COMERCIO
Vigencia del Programa	Fecha inicio Programa: 27/10/2022 Fecha Fin Programa: El programa aún se encuentra vigente
DURACIÓN MÁXIMA	48 horas
JUSTIFICACIÓN:	En la actualidad, los negocios de todas las industrias requieren hacer promoción en medios digitales, lo cual conlleva retos en los cambiantes canales de comunicación electrónicos y nuevas capacidades técnicas, así como tecnológicas en las organizaciones. Las ventas online cada día crecen y los negocios necesitan estrategias diferenciales para llegar a sus consumidores, capturar su atención y lograr el cierre de las ventas. Cuando observamos internet o, puntualmente, las redes sociales, encontramos un emprendimiento distinto cada día, ofreciendo todo tipo de productos y apalancando toda su estrategia comercial en la venta por medios digitales, incluso en muchas ocasiones sin una ubicación física, lo que demuestra la enorme oportunidad que implica el tener unos canales digitales manejados proactivamente. Procolombia, entidad encargada de promover el Turismo, la inversión extranjera, las exportaciones no minero energéticas y la imagen del país, señala que "La demanda de consumidores que recurren al comercio electrónico para realizar sus compras por Internet ha disparado las ventas online a niveles históricos. De acuerdo con Asobancaria, el gremio que representa al sector financiero colombiano, el comercio electrónico en el país ha crecido un 24% en los últimos 5 años" (2022). El programa de formación complementaria DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DIGITAL PARA EMPRENDIMIENTOS contribuirá a la actualización del aprendiz en cuanto al manejo de nuevas competencias digitales para la adecuada ejecución de estrategias de promoción digital, generando así rentabilidad y competitividad dentro de las organizaciones y, de manera particular, de aquellos negocios emergentes. Es en este contexto como el curso guiará a emprendedores en la generación de competencias básicas para el desarrollo de estrategias digitales, acorde con los canales de venta que el negocio tenga establecidos o les permitirá comprender cuáles serían los canales pertinentes para iniciar la venta de los productos de determinado negocio vía online. De esta manera, el SENA aporta al fortalecimiento del ecosistema de emprendimientos del país aportando capacidades de vanguardia en la generación de resultados comerciales dentro de las ventas en línea. Referentes bibliográficos Procolombia (7 de octubre de 2022). El comercio electrónico, un camino hacia la transformación digital en las empresas. https://www.colombia.co/extranjeros/negocios-en-colombia/empresas-colombianas-que-han-crecido-gracias-al-comercio-electronico/
REQUISITOS DE INGRESO:	Se requiere que los aspirantes cuenten con conocimientos básicos en el manejo de herramientas informáticas (procesadores de texto, hojas de cálculo, presentaciones), redes sociales, correo electrónico en dispositivos móviles y/o computadores. Adicionalmente, deben manejar conceptos básicos de mercadeo (como caracterización del

	producto, medios de ventas, ventajas competitivas) y de comunicación asertiva para la venta. Aquellos adicionales que establezca el Centro de Formación.
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; soportadas en el utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, integradas, en ambientes abiertos y pluritecnológicos, 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 que hacer 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

COMPETENCIA	
CÓDIGO:	DENOMINACIÓN
260101055	Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal

ELEMENTO(S) DE LA COMPETENCIA
DENOMINACIÓN
Caracterizar canales digitales.
Establecer lineamientos conceptuales del canal.

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE
DESCRIPCIÓN
RAP 1. DIAGNOSTICAR ESTADO DE MEDIOS DIGITALES DE UNA UNIDAD DE NEGOCIO DE ACUERDO CON PERFIL DE CLIENTE Y TIPO DE PRODUCTOS.
RAP 3. VALIDAR IMPACTO DE ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN DIGITAL DE ACUERDO CON PARÁMETROS DEFINIDOS POR LA UNIDAD DE NEGOCIO.
RAP 2. ELABORAR ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DIGITAL ACORDE A CARACTERÍSTICAS DE UNIDAD DE NEGOCIO Y OBJETIVOS DE CAMPAÑA.

3. CONOCIMIENTOS

3.1. CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

RAP 1.
- TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TICS): TIPOS, IMPACTO Y APLICABILIDAD.
- ENTORNO DIGITAL: CONCEPTO, VARIABLES Y CARACTERÍSTICAS.
- CLIENTE DIGITAL: CONCEPTO, TIPOLOGÍAS, CARACTERÍSTICAS, MANEJO.
- MEDIOS DIGITALES: CONCEPTO, CLASE, OBJETIVO, TIPO DE AUDIENCIA DIGITAL, REDES SOCIALES, USABILIDAD.
- ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL: CONCEPTO, CLASES, HERRAMIENTAS Y FUNCIONAMIENTO.

RAP 2.
- CAMPAÑA: CONCEPTO, OBJETIVOS.
- MOTOR DE BÚSQUEDA: CONCEPTO, TIPOS DE TRÁFICO, PRINCIPALES MOTORES DE BÚSQUEDA.
- SEGMENTACIÓN: CONCEPTO, CATEGORIZACIÓN.
- CANALES DE VENTA: CONCEPTO, ESTRUCTURA.
- CONTENIDOS DIGITALES: CONCEPTO, CREACIÓN, GESTIÓN, METODOLOGÍA Y APLICABILIDAD.
- PUBLICIDAD DIGITAL: CONCEPTO, TÉCNICAS Y TIPOLOGÍAS.
- TIPOS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DIGITAL:
1. EMAIL MARKETING: CONCEPTO, CONTENIDO.
2. MARKETING DE CONTENIDOS: CONCEPTO, REDES SOCIALES.
3. INFLUENCIADORES: CONCEPTO, CATEGORIZACIÓN.
4. APLICACIONES MÓVILES: CONCEPTO, APLICACIÓN.
5. LANDING PAGE: CONCEPTO, APLICACIÓN.
6. WHATSAPP BUSSINES: CONCEPTO, APLICACIÓN.

RAP 3.
- MEDICIÓN: CONCEPTO, ESTRUCTURA.
- VENTAS: CONCEPTO, PROCESO, ESTRATEGIAS, ALCANCE.
- ANALÍTICA: FUNDAMENTOS Y METODOLOGÍA.
- INDICADOR CLAVE DE RENDIMIENTO: CONCEPTO, ESTRUCTURA, INTERPRETACIÓN, APLICABILIDAD, FORMA DE CÁLCULO.

3.2. CONOCIMIENTOS DE PROCESO

RAP 1.
- RECONOCER PERFILES E INTERESES DE CLIENTES EN ECOSISTEMA DIGITAL.
- LISTAR CRITERIOS DE ANÁLISIS DE MEDIOS DIGITALES.
- RECONOCER ESTRATEGIAS DIGITALES EMPLEADAS EN REDES SOCIALES DE LA UNIDAD DE NEGOCIO.

RAP 2.
- RECONOCER RECURSOS DISPONIBLES.
- DEFINIR OBJETIVOS.
- SELECCIONAR EL CANAL DIGITAL.
- ESTABLECER LINEAMIENTOS DE MANEJO DE CANALES.
- PLANTEAR ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DIGITAL.
- DEFINIR ORIENTACIONES SOBRE CONTENIDOS DIGITALES.
- CONSOLIDAR ELEMENTOS DE CAMPAÑA DIGITAL.

RAP 3.
- DEFINIR OBJETIVOS Y VARIABLES DE MEDICIÓN DE RESULTADOS.
- FIJAR MÉTRICAS PARA CADA CANAL CON VARIABLES DEFINIDAS.

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RAP 1.
- ANALIZA PERFIL DE CLIENTE DIGITAL IDEAL ACORDE A LAS NECESIDADES DEL MISMO Y CANALES DE COMUNICACIÓN DE LA UNIDAD DE NEGOCIO.
- ELABORA MATRIZ DE CONTRASTACIÓN DE MEDIOS DIGITALES DE ACUERDO CON PERFIL DE CLIENTE DIGITAL Y TIPO DE PRODUCTO.

RAP 2.
- SELECCIONA ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN ONLINE POR CANAL ACORDE AL TIPO DE PRODUCTO Y CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE DIGITAL.
- SUSTENTA CAMPAÑA DIGITAL DE ACUERDO CON CAPACIDAD DE LA UNIDAD DE NEGOCIO Y ESTRATEGIAS PROMOCIONALES SELECCIONADAS.

RAP 3.
- GENERA REPORTE DE IMPACTO DE LA ESTRATEGIA ACORDE AL INTERÉS DE LA UNIDAD DE NEGOCIO Y VARIABLES DE CAMPAÑA.
- EVALÚA IMPACTO DE CAMPAÑA PROMOCIONAL SEGÚN OBJETIVOS PLANTEADOS Y EXPECTATIVA DEL CLIENTE DIGITAL.

5. PERFIL TÉCNICO DEL INSTRUCTOR

Requisitos Académicos	ALTERNATIVA 1. TÍTULO DE TECNÓLOGO EN EL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO DE: ADMINISTRACIÓN; O ECONOMÍA; O INGENIERÍA INDUSTRIAL Y AFINES; O PUBLICIDAD Y AFINES; O DISEÑO; O NBC SIN CLASIFICAR. (VER ANEXO NBC). ALTERNATIVA 2. TÍTULO PROFESIONAL UNIVERSITARIO EL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO DE: ADMINISTRACIÓN; O ECONOMÍA; O INGENIERÍA INDUSTRIAL Y AFINES; O PUBLICIDAD Y
Competencias mínimas	COMPETENCIAS COMUNES (RES. 1498 DE 2017): ORIENTACIÓN A RESULTADOS. ORIENTACIÓN AL USUARIO Y AL CIUDADANO. TRANSPARENCIA. COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN. COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES NIVEL INSTRUCTOR (RES. 1382 DE 2018 ANEXO 2): PLANEACIÓN PARA LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL. TRABAJO EN EQUIPO Y COLABORACIÓN. APRENDIZAJE CONTINUO. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN. ADAPTABILIDAD AL CAMBIO. LIDERAZGO EN GRUPOS DE TRABAJO. TOMA DE DECISIONES.
Experiencia laboral y/o especialización	ALTERNATIVA 1. TREINTA (30) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DIECIOCHO (18) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE LA GESTIÓN DE MERCADOS Y DOCE (12) MESES EN DOCENCIA. PREFERIBLEMENTE CON EXPERIENCIA EN MARKETING DIGITAL.

	VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DOCE (12) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE LA GESTIÓN DE MERCADOS Y DOCE (12) MESES EN DOCENCIA. PREFERIBLEMENTE CON EXPERIENCIA EN MARKETING DIGITAL.

CONTROL DEL DOCUMENTO

	NOMBRE	CARGO	DEPENDENCIA / RED	FECHA
Responsable del diseño	CATALINA HERNANDEZ PALACIO	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR	CENTRO DE COMERCIO. REGIONAL ANTIOQUIA	18/10/2022
Responsable del diseño	IVAN VELEZ VILLEGAS	APROBAR ANALISIS	CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	18/10/2022
Responsable del diseño	LUIS ALBERTO ARDILA	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR	CENTRO DE TECNOLOGIAS PARA LA CONSTRUCCION Y LA MADERA. REGIONAL	20/10/2022
Responsable del diseño	NATALIA DIAZ	PROFESIONAL DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN CURRICULAR	CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS. REGIONAL CALDAS	20/10/2022
Responsable del diseño	ORLANDO OLIVA	PROFESIONAL DINAMIZADOR DE LA RED	null. REGIONAL DISTRITO CAPITAL	20/10/2022
Responsable del diseño	SIMON BAENA	EXPERTO TEMÁTICO	null. REGIONAL CALDAS	20/10/2022
Responsable del diseño	IVAN VELEZ VILLEGAS	ACTIVAR PROGRAMA	CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	27/10/2022

Aprobación	IVAN VELEZ VILLEGAS		CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	27/10/2022