


 Modelo de Mejora Continua	LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN RED TECNOLÓGICA TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN, DISEÑO Y DESARROLLO DE SOFTWARE
DISEÑO DE ACCIONES DE FORMACION COMPLEMENTARIA	
CÓDIGO:	DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA
62360004	MARKETING DIGITAL
VERSIÓN: 1	SECTOR DEL PROGRAMA: COMERCIO
Vigencia del Programa	Fecha inicio Programa: 29/10/2020 Fecha Fin Programa: El programa aún se encuentra vigente
DURACIÓN MÁXIMA	48 horas
JUSTIFICACIÓN:	<p>La revolución tecnológica ha llevado a las organizaciones a moverse en mercados competitivos con el fin de satisfacer las necesidades y deseos de los clientes, ofertando productos o servicios en inmejorables condiciones de información, rapidez y rentabilidad.</p> <p>En la actualidad un gran número de organizaciones están orientadas al marketing digital basando sus negocios en las demandas reales del mercado y por ello fijan su atención al enorme atractivo que un espacio virtual provoca en el público objetivo.</p> <p>La formación complementaria en Marketing digital desarrolla habilidades para la optimización de herramientas como medio de comunicación para llegar a sus clientes en entornos digitales, las tecnologías de la información y la comunicación dan lugar al denominando marketing digital, siendo internet y las redes sociales la herramienta más efectiva para conectar clientes, permitiendo segmentarlos, focalizarlos y comercializarles productos o servicios.</p>
REQUISITOS DE INGRESO:	Tener los datos actualizados en el aplicativo SofiaPlus Cumplir con los requisitos establecido por el SENA
ESTRATEGIA METODOLÓGICA:	<p>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.</p> <p>Igualmente, debe estimular de manera permanente la autocritica 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:</p> <p>El instructor Tutor El entorno Las TIC El trabajo colaborativo</p>

 Modelo de Mejora Continua	LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN RED TECNOLÓGICA TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN, DISEÑO Y DESARROLLO DE SOFTWARE	
	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		
RA2. ESTABLECER MÉTRICAS TENIENDO EN CUENTA PLAN DE MARKETING DIGITAL.		
RA1. FORMULAR PLAN DE MARKETING DIGITAL TENIENDO EN CUENTA SEGMENTO DE MERCADO.		
3. CONOCIMIENTOS		
3.1. CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS		
RA1		
PLAN ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL: CONCEPTO, COMPONENTES O ESTRUCTURA.		
ENTORNO DIGITAL: CONCEPTO, VARIABLES Y CARACTERÍSTICAS.		
MEZCLA DE MERCADEO: CONCEPTO, APLICABILIDAD, VARIABLES Y ESTRATEGIAS.		
E-MARKETING: CONCEPTO, FUNDAMENTOS, ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS.		
SEGMENTACIÓN DE MERCADOS: CONCEPTO, TÉCNICAS Y VARIABLES.		
PUBLICIDAD DIGITAL: CONCEPTO, TÉCNICAS Y TIPOLOGÍAS		
COMUNICACIÓN ONLINE: CONCEPTO, MEDIOS, CANALES Y APLICABILIDAD.		
CONTENIDOS: CONCEPTO, METODOLOGÍA, APLICABILIDAD Y ARQUITECTURA WEB.		
CONSUMIDOR DIGITAL: CONCEPTO, COMPORTAMIENTO Y VARIABLES.		
INSIGHTS: CONCEPTO Y APLICABILIDAD.		
CONVERSIÓN: CONCEPTO, TASA Y APLICABILIDAD.		
SEM (SEARCH ENGINE MARKETING): CONCEPTO, ESTRATEGIAS Y APLICABILIDAD.		

SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION): CONCEPTO, TÉCNICAS Y APLICABILIDAD.

SMO (SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION) : CONCEPTO, ACCIONES Y APLICABILIDAD.

RA2

WEB ANALYTICS (ANALÍTICA WEB): CONCEPTO Y METODOLOGÍA.

MÉTRICAS: CONCEPTO, CLASES Y APLICABILIDAD.

INDICADOR CLAVE DE RENDIMIENTO: CONCEPTO, ESTRUCTURA, INTERPRETACIÓN, APLICABILIDAD Y CÁLCULO.

KPI (KEY PERFORMANCE INDICATOR): CONCEPTO, TIPOS Y APLICABILIDAD.

PRESUPUESTO: CONCEPTO Y APLICABILIDAD.

3.2. CONOCIMIENTOS DE PROCESO

RA1

RECONOCER ENTORNO DIGITAL.

DEFINIR VARIABLES DE MERCADEO.

SELECCIONAR OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DE MARKETING DIGITAL.

IDENTIFICAR CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO DE MERCADO.

DETERMINAR ACCIONES DE PUBLICIDAD DIGITAL.

SELECCIONAR MEDIOS DE COMUNICACIÓN ONLINE.

SELECCIONAR CANALES DIGITALES.

DETERMINAR CONTENIDOS DIGITALES.

IDENTIFICAR CONSUMIDOR DIGITAL.

RECONOCER INSIGHTS.

VALORAR TASA DE CONVERSIÓN.

ELABORAR ANÁLISIS SEO, SEM Y SMO.

RA2

FIJAR MÉTRICAS POR CANAL.

VALIDAR INDICADORES KPI.

ELABORAR PRESUPUESTO.

INVESTIGAR NORMATIVA WEB.

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA1

ESTABLECE OBJETIVOS DE MARKETING DIGITAL SEGÚN ANÁLISIS FLOR Y MODELO DEL NEGOCIO.

ESTRUCTURA TÁCTICA DE COMUNICACIÓN ONLINE SEGÚN OBJETIVOS DE MARKETING DIGITAL.

DESCRIBE SEGMENTO DE MERCADO A PARTIR DE PRODUCTOS O SERVICIOS OFERTADOS.

CARACTERIZA CANALES DIGITALES DE ACUERDO CON ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL.

VALORA INSIGHTS TENIENDO EN CUENTA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.

REGISTRA ACCIONES EN BUSCADORES PARA PROMOCIÓN PUBLICITARIA SEGÚN ANÁLISIS SEO, SEM Y SMO.

RA2

MIDE EL IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN ONLINE, TENIENDO EN CUENTA NIVEL DE RESPUESTA DE LOS VISITANTES.

APROPIA NORMATIVA TENIENDO EN CUENTA MARCO LEGAL DE INTERNET.

5. PERFIL TÉCNICO DEL INSTRUCTOR

Requisitos
Académicos

TÍTULO PROFESIONAL UNIVERSITARIO EN DISCIPLINA ACADÉMICA DEL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO EN: ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA O INGENIERÍA INDUSTRIAL Y AFINES. ESTAS PROFESIONES DEBEN ESTAR ASOCIADAS AL PROGRAMA DE FORMACIÓN QUE IMPARTIRÁ EN SU DESEMPEÑO Y SE CITAN ALGUNOS TÍTULOS OBTENIDOS: COMUNICACIÓN SOCIAL, PERIODISMO Y AFINES, ECONOMÍA, INGENIERÍA INDUSTRIAL, INGENIERÍA DE


Competencias
mínimas

COMPETENCIAS COMUNES
ORIENTACIÓN A RESULTADOS
ORIENTACIÓN AL USUARIO Y AL CIUDADANO
TRANSPARENCIA
COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN

COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES NIVEL INSTRUCTOR (RES. 1458 DE 2017 ANEXO NO. 2)

1. EXPERTICIA TÉCNICA
2. TRABAJO EN EQUIPO Y COLABORACIÓN
3. APRENDIZAJE CONTINUO
4. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

COMPETENCIAS
FORMULAR, EJECUTAR Y EVALUAR PROYECTOS
ESTABLECER PROCESOS COMUNICATIVOS ASERTIVOS

 Modelo de Mejora Continua	LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN RED TECNOLÓGICA TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN, DISEÑO Y DESARROLLO DE SOFTWARE
	MANEJAR HERRAMIENTAS OFIMÁTICAS ASOCIADAS AL ÁREA OBJETO DE LA FORMACIÓN
Experiencia laboral y/o especialización	VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DOCE (12) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON RELACIONADOS CON EL DESARROLLO DE FUNCIONES DE MARKETING DIGITAL Y DOCE (12) MESES EN DOCENCIA.

CONTROL DEL DOCUMENTO

	NOMBRE	CARGO	DEPENDENCIA / RED	FECHA
Responsable del diseño	CLAUDIA JULIANA LEON PINTO	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR	CENTRO DE SERVICIOS EMPRESARIALES Y TURÍSTICOS. REGIONAL SANTANDER	22/10/2020
Responsable del diseño	MONICA MARIA RIOS	INSTRUCTORA TÉCNICA DE DISEÑO	CENTRO DE COMERCIO. REGIONAL ANTIOQUIA	23/10/2020
Responsable del diseño	DIANA CECILIA SUAZA	ASESORA METODOLÓGICA DE DISEÑO	null. REGIONAL ANTIOQUIA	23/10/2020
Responsable del diseño	ELIANA MARIA VARGAS	COORDINADORA CENTRO DE FORMACIÓN	CENTRO DE COMERCIO. REGIONAL ANTIOQUIA	23/10/2020
Responsable del diseño	JOSE LUIS CASTAÑO	ASESOR METODOLÓGICO DE DISEÑO	CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS. REGIONAL CALDAS	23/10/2020
Responsable del diseño	IVAN VELEZ	GESTOR SECTORIAL RED DE COMERCIO Y VENTAS	CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	23/10/2020



Modelo de
Mejora Continua

LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN
RED TECNOLÓGICA
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN, DISEÑO Y DESARROLLO DE SOFTWARE

Responsable del diseño	ANDRES FELIPE VALENCIA PIMIENTA	APROBAR ANALISIS	DIRECCION GENERAL. DIRECCIÓN GENERAL	23/10/2020
Responsable del diseño	INGRY DAYANNA BONILLA MONZON	ACTIVAR PROGRAMA	null. DIRECCIÓN GENERAL	29/10/2020
Aprobación	INGRY DAYANNA BONILLA MONZON		null. DIRECCIÓN GENERAL	28/10/2020