Modelo de Mejora Continua	LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA CLIENTE RED TECNOLÓGICA VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

DISEÑO DE ACCIONES DE FORMACION COMPLEMENTARIA	
CÓDIGO:	DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA
62110000	MARKETING DIGITAL
VERSIÓN: 1	SECTOR DEL PROGRAMA: COMERCIO
Vigencia del Programa	Fecha inicio Programa: 16/07/2020 Fecha Fin Programa: El programa aún se encuentra vigente
DURACIÓN MÁXIMA	48 horas
JUSTIFICACIÓN:	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. 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. 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.
REQUISITOS DE INGRESO:	Cumplir con el trámite de selección del centro de formación Tener los datos actualizados en el aplicativo SofiaPlus Ser responsable del marketing digital o social media marketing en una organización ya sea como empresario o como empleado.
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.

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 A LOS PROGRAMAS DE FORMACIÓN QUE IMPARTIRÁ EN SU DESEMPEÑO Y SE CITAN LOS TÍTULOS OBTENIDOS, NÚCLEOS BÁSICOS DE CONOCIMIENTO Y ÁREAS DE CONOCIMIENTO: COMUNICACIÓN SOCIAL, PERIODISMO Y AFINES, ECONOMÍA, INGENIERÍA INDUSTRIAL, INGENIERÍA DE MERCADOS, ADMINISTRACIÓN
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)

Modelo de Mejora Continua	LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA CLIENTE RED TECNOLÓGICA VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN
	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 MANEJAR HERRAMIENTAS OFIMÁTICAS ASOCIADAS AL ÁREA OBJETO DE LA FORMACIÓN
Experiencia laboral y/o especialización	VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA: DE LOS CUALES DIECIOCHO (18) MESES ESTARÁN RELACIONADOS CON EL EJERCICIO DE LA PROFESIÓN U OFICIO OBJETO DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL Y SEIS (6) MESES EN LABORES DE DOCENCIA

CONTROL DEL DOCUMENTO

	NOMBRE	CARGO	DEPENDENCIA / RED	FECHA
Responsable del diseño	IVAN VELEZ VILLEGAS	APROBAR ANALISIS	CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	15/04/2020
Responsable del diseño	MONICA MARIA RIOS GARCIA	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR	CENTRO DE COMERCIO. REGIONAL ANTIOQUIA	15/04/2020
Responsable del diseño	DIANA CECILIA SUAZA	ASESOR METODOLÓGICO DE DISEÑO	null. REGIONAL ANTIOQUIA	04/05/2020
Responsable del diseño	IVAN VELEZ VILLEGAS	ACTIVAR PROGRAMA	CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	04/05/2020
Responsable del diseño	CLAUDIA JULIANA LEON PINTO	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR	CENTRO DE SERVICIOS EMPRESARIALES Y TURÍSTICOS. REGIONAL SANTANDER	04/05/2020

Responsable del diseño	ANDRES FELIPE VALENCIA PIMIENTA	QUITAR SUSPENDIDO	CENTRO DE LA INDUSTRIA, LA EMPRESA Y LOS SERVICIOS. REGIONAL NORTE DE	10/07/2020
Responsable del diseño	JOSE LUIS CASTAÑO	EQUIPO DISEÑO CURRICULAR	CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS. REGIONAL CALDAS	15/07/2020
Responsable del diseño	IVAN VELEZ VILLEGAS	ACTIVAR PROGRAMA	CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	16/07/2020
Aprobación	IVAN VELEZ VILLEGAS		CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	04/05/2020
Aprobación	IVAN VELEZ VILLEGAS		CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	16/07/2020