



MARKETING ELECTRÓNICO

1. *Presentación*

Los cambios que se han ido dando en el campo del marketing desde la aparición de **Internet**, así como el surgimiento de una nueva serie de prácticas relacionadas a ella, necesitan ser pensadas en ese contexto. Nuevas herramientas y nuevos desafíos se incorporan: **marketing en buscadores, posicionamiento, e-mail marketing**, y la posibilidad de realizar un tracking adecuado a través de la **analítica web**.

Los gerentes y ejecutivos que tendrán éxito en el futuro deberán aprender a adaptarse a un mundo complejo y altamente competitivo, en el cual los consumidores van mutando en sus comportamientos de compra y en los usos que le dan a la tecnología. El **manejo de herramientas de diagnóstico y planificación de marketing digital** serán armas fundamentales para actuar en los mercados mundiales.

El presente curso está dirigido a gerentes de empresas, profesionales universitarios independientes, profesionales de las ramas de marketing, administración, comunicación institucional y audiovisual, diseño.

2. *Requisitos mínimos:*

Manejar conceptos básicos en comercialización, mercadeo o áreas afines. Contar con una experiencia laboral en las áreas mencionadas anteriormente, y/o haber cursado estudios en las mismas áreas.

El participante no necesita de conocimientos de mercadeo online previos.

3. *Descripción del curso*

Objetivos

Objetivos Generales

- Abordar la temática del Marketing Digital y los nuevos paradigmas que se plantean.
- Generar en los alumnos del curso la capacidad de conocer y trabajar con las nuevas herramientas para marketing digital.

Objetivos Específicos



Que al finalizar el curso el alumno sea capaz de:

- Elaborar planes estratégicos de marketing digital.
- Diferenciar y utilizar las herramientas específicas de cada especialidad.
- Analizar los resultados de las campañas.

Modalidad de estudio

El programa de capacitación se llevará a cabo a través de la modalidad de estudio semipresencial.

Metodología

El modelo educativo a distancia y la variante semipresencial, se basará en cuatro pilares básicos que soportan su gestión, estos son:

- **Guía de estudio a distancia** diseñada para cada uno de los módulos, con contenidos que el alumno pueda comprender a través de la lectura de documentos y de ejercicios diseñados para garantizar el aprendizaje. La guía de estudios irá acompañada de textos que complementan el tema.
- **Sesiones virtuales** en donde tendrán la posibilidad de interactuar con el instructor que les complementará los marcos teóricos. En estas sesiones se apoyarán presencialmente con profesores de apoyo, que guiarán talleres referentes al módulo correspondiente.
Tutoría del docente de la materia sobre tópicos y aclaraciones necesarias. Esta tutoría se desarrolla a través del Internet o telefónicamente y puede ser tan frecuente como el participante lo necesite.
- **Evaluación.** que valida el desempeño del modelo y su efectividad en el aprendizaje, consta de un trabajo a distancia que deben entregar los participantes al finalizar el curso.

Trabajos a distancia o grupales	100%
Total	100%



Contenido

PRIMER MÓDULO: Introducción al Marketing Digital

Temas:

1. *Usuarios, dispositivos, relación marca-consumidor*
2. *Integración online-offline.*
3. *Aplicaciones*
4. *Realidad Aumentada*

SEGUNDO MÓDULO: Social Media Marketing

Temas:

1. *Blogs*
2. *Redes Sociales*
3. *Buzz Marketing*
4. *Foursquare*

TERCER MÓDULO: Posicionamiento en buscadores

CUARTO MÓDULO: Online Media Planning

Temas:

1. *Dónde y cómo comprar publicidad en la era digital*

QUINTO MÓDULO: E mail Marketing

Temas:

1. *Introducción*
2. *Casos*
3. *Estrategias y buenas prácticas*

SEXTO MÓDULO: E – Commerce

Temas

1. *Definiciones*

SÉPTIMO MÓDULO: E-Commerce

Temas:

1. *Casos de Éxito*
2. *B2B, B2C, C2C*
3. *Factores Claves*

OCTAVO MÓDULO: Legalidad y privacidad en internet

Temas:

1. *Legislación argentina*
2. *Bases de datos*

NOVENO MÓDULO: Creatividad y publicidad digital

DÉCIMO MÓDULO: Publicidad en Buscadores



Temas:

2. SEM Publicidad en buscadores
2. Publicidad en redes sociales

DÉCIMO PRIMER MODULO: Analítica Web y Business Intelligence

Temas:

1. Introducción
2. El rol de los datos en los negocios y marketing online. Implementación
3. La analítica en campañas
4. Medición de resultados. Tags, paneles, conversiones.

4. Inversión y forma de pago

Costo por participante:

USD 800,00 por persona.

Formas de Pago:

SIN CONVENIOS:

- Pagos al Contado con 15% de descuento
- Pagos con Tarjeta de Crédito, con 10% de descuento y puede diferir a 3 o 6 meses sin intereses. Se aceptan todas las tarjetas.

Ex – Alumnos: 20% de descuento en cualquier modalidad de pago.

CONVENIOS:

- Pagos al contado con 20% de descuento.
- Pagos con Tarjeta de Crédito: 15% de descuento.

No aplica Crédito Universitario

5. Duración y fecha

Duración:

El tiempo destinado para la realización de este programa es de 3 meses; que contemplan 35 horas de trabajo del participante presencial y 8 horas de trabajo a distancia.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA
PARTICULAR DE LOJA**
La Universidad Católica de Loja

6. *Instructores*

Jonatan Zinger (Media8)

Matias Altamira (Estudio Altamira Gigena)

Juan Manuel Lucero (INNOVA)

José Seco

Marcos Pueyrredon

Gaspar Petrini

7. *Información adicional*

Certificación & Acreditación

Cada módulo se aprueba 70% como mínimo (Trabajos a distancia 10 /10 puntos), además con un 90% de asistencia por módulo. Al finalizar el curso se entregara un **Certificado en Marketing Digital con el aval de la Universidad Blas Pascal de Argentina y la UTPL.**



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

MARKETING DIGITAL

Nro.	MODULOS	HORAS PRESENCIALES	HORAS VITUALES	Instructor	GUAYAQUIL	Horario	QUITO	CUENCA	Horario	Observación
0	Asesoría de sistema	8 de Octubre 2011								
1	Introducción al marketing digital	6		Juan Manuel Lucero	7 - 8-9 Noviembre	15h00 a 20h00	10-11-12 Noviembre	14-15-16 Noviembre	15h00 a 21h00	Jornada Presencial
2	Social media marketing	6				15h00 a 21h00			15h00 a 21h00	Jornada Presencial
3	Posicionamiento en buscadores	4				09h00 a 13h00			16h00 a 20h00	Jornada Presencial
4	Online media planning	4		Instructor Ecuador	17-nov	16h00 a 20h00	18-nov	24-nov	16h00 a 20h00	Jornada Presencial
5	Email marketing		2	José Seco	25-nov	18h00 a 20h00	25-nov	25-nov	18h00 a 20h00	Jornada Virtual
6	E- Commerce	8		Marcos Pueyrredon	01-dic	13h00 a 21h00	02-dic	03-dic	8h00 a 15h00	Jornada Presencial
7	E- Commerce (Casos de éxito)	2	2	Panelista Ecuador	07-dic	18h00 a 20h00	08-dic	09-dic	16h00 a 20h00	Jornada Presencial / Jornada Virtual
				Panelista Argentina	09-dic	18h00 a 20h00	09-dic	09-dic		
8	Legalidad y privacidad en internet	0	2	Matías Altamira	16-dic	18h00 a 20h00	16-dic	16-dic	18h00 a 20h00	Jornada Virtual
9	Creatividad y publicidad digital	0	2	Gaspar Petrini	07-ene	18h00 a 20h00	07-ene	07-ene	18h00 a 20h00	Jornada Virtual
10	Publicidad en buscadores	6		Jonathan Zinger	10-11 Ene	15h00 a 20h00	12-13 Enero	14-15 Enero	15h00 a 20h00	Jornada Presencial
11	Análítica web y bussines intelligence	4								
FECHA DE ENTREGA TRABAJO		24-feb								
RECUPERACIÓN (única fecha)		16-mar								
Total		40	8							



**UNIVERSIDAD TÉCNICA
PARTICULAR DE LOJA**
La Universidad Católica de Loja