

Curso

CROSS-MARKETING E INNOVACIÓN DIGITAL

Departamento de Diseño

Duración Larga > 7 semanas

Nivel Introdutorio

Intensidad horaria ≤ 4 h/sem



Fechas:

22 de agosto al 13 de octubre de 2022



Duración:

32 horas - 16 sesiones - 8 semanas



Modalidad:

Virtual



Horario:

Martes y jueves de 6:30 p.m. a 8:30 p.m. (hora Colombia).



Inscripciones abiertas



Lugar:

Modalidad Virtual



Inversión:

Sin créditos académicos

\$ 1.485.880 hasta el 18 de agosto de 2022

\$ 1.350.000 hasta el 08 de agosto de 2022

Cross-Marketing e innovación digital

Entender el contexto actual y el cambio del comportamiento de los consumidores POST-COVID, es indispensable para que las empresas se adapten exitosamente a una transformación digital en sus procesos de venta, operación y consolidación de una comunidad alrededor de su marca. Este curso expone a los estudiantes conceptos fundamentales sobre tendencias de consumo, metodologías de emprendimiento ágil (Lean Startup), procesos de innovación centrados en la experiencia del consumidor (UX), fidelización de marca y generación de contenido para clústeres de audiencias, a través de diferentes herramientas de investigación de mercado y obtención de data, lo que permitirá a los estudiantes construir propuestas de valor disruptivas en el mercado, argumentando con cifras concretas y coherentes informes de gestión que permiten evidenciar el desempeño de una estrategia de marketing cruzada, donde se encuentran de manera integral la omnicanalidad, áreas financieras, mercadeo, operación, responsabilidad social empresarial y áreas técnicas de las compañías.

Los estudiantes aprenderán a implementar una metodología Cross-Marketing con: (i) Investigación, planificación y desarrollo de la metodología Lean Startup (ii) Implementación de herramientas para hacer abstracción y análisis de data on-line (iii) Generación de contenido para la creación y gestión de comunidades digitales (iiii) Presentación de informes de gestión, con métricas de desempeño de ventas, tráfico de visitantes, alcance e interacción de publicaciones, captura de clientes y pauta digital.

Dirigido a

- Encargados del área de marketing y de comunicaciones.
- Encargados del área de análisis de data (Tráfico, interacciones, métricas de redes sociales).
- Generadores de contenido digital para compañías (redes sociales, página web, SEO, SEM).
- Influenciadores de contenido digital.
- Áreas de Responsabilidad Social.
- Emprendedores.
- Jóvenes estudiantes universitarios.
- Estudiantes de Diseño/ Administración/ Mercadeo/ Publicidad.

Nota: para participar del curso es necesario que cada estudiante contemple una inversión mínima de \$40.000 en Google Adwords. Todas las ventas deberán ser registradas con los datos del estudiante aceptando términos y condiciones en el cual se exonera, de cualquier tipo de responsabilidad a la Universidad de los Andes.

Objetivos

Al finalizar el curso el estudiante estará en capacidad de:

- Entender a través de todo el Universo digital, cómo los consumidores se relacionan con su marca.
- Identificar las nuevas tendencias del mercado y su adaptabilidad a una nueva realidad POST-COVID.
- Conocer las herramientas básicas pero estratégicas para hacer investigaciones de mercado y definir estrategias de segmentación, posicionamiento, ventas y distribución de un producto/servicio.
- Formular informes mensuales sobre crecimiento de comunidades digitales, inversión en pauta promocional, métricas de impacto, configuración de herramientas para segmentación de audiencia.
- Desarrollar habilidades para manejar herramientas de posicionamiento orgánico y pago en motores de búsqueda.
- Implementar metodologías de innovación para construir productos/servicios o mejoramiento de procesos que logren optimización de costos, impacto ambiental y crecimiento orgánico con comunidades digitales.
- Establecer un modelo de planificación sobre cómo las empresas deben desarrollar una estrategia de

marketing tradicional y digital, de manera sincronizada.

Metodología

El curso se desarrollará dentro de una metodología de educación colaborativa, donde los participantes tendrán que organizarse en grupos de a 4 desde el primer día de clases. Los grupos serán constituidos por el profesor según los perfiles de los estudiantes, con el objetivo de tener un grupo multidisciplinario que se equilibre desde sus áreas de conocimiento. Los estudiantes deberán crear un emprendimiento como proyecto para todo el curso, con el cual elaborarán una estrategia de marketing con: parrilla de contenido y pauta paga en redes sociales; comercialización de productos/servicios a través de canales digitales; creación de estrategias para posicionamiento de marca y tráfico orgánico, entre otros. La primera semana de cada mes, los grupos presentarán ante la clase informes gerenciales sobre el desempeño del grupo (Empresa) y la clase hará retroalimentación sobre lo presentado.

Presentación de informes:

El estudiante presentará junto con su equipo, un informe mensual de desempeño del grupo (empresa), donde presentará su compañía, ventas, crecimiento de comunidades digitales, tráfico orgánico, visitas, interacciones y demás indicadores de desempeño.

Participación en clase / Insight:

Los estudiantes que hagan aportes valiosos a la discusión de los grupos que exponen, obtendrán un bono en la evaluación de su grupo/compañía.

Talleres en aula:

Durante las sesiones de clases se realizarán tres talleres prácticos grupales en los cuales los alumnos deberán aplicar las herramientas vistas en clase de una manera muy práctica.

Trabajo final:

Al finalizar el curso, cada grupo (empresa) deberá presentar un documento consolidando todas las técnicas de recolección y análisis de data, como resultados financieros, métricas de desempeño digitales y descripción de la compañía.

Contenido

1. Planificación, investigación y estrategia:

- a. Coolhunting de tendencias.
- b. Metodología “Lean Startup”.
- c. Análisis de contenido en páginas web.

d. Tendencias del consumidor digital.

e. Segmentación de audiencias en plataformas de redes sociales (Instagram/ LinkedIn/ Facebook/ TikTok).

2. Marketing Digital:

a. Herramientas de obtención de data.

b. Contexto digital y su impacto en el consumidor.

c. Estrategia digital/Content Marketing.

d. Herramientas de investigación On-Line.

e. Diseño de piezas.

f. Administración de cuentas.

g. Implementación de Pauta en Redes sociales y Google Analytics/Ads.

3. Experiencia de Usuario:

a. Enfoque al cliente.

b. Journey's de usuario.

c. Mapas mentales.

d. Diseño y maquetación de aplicativos digitales desde la experiencia de uso.

4. Piezas de comunicación:

a. Interacciones.

b. Alcance.

5. Informes de gestión:

a. Análisis de costos.

b. Canales de distribución.

c. Métricas de impacto.

d. Diseño de informes.

Profesores



Diego Fernando Aldana Espinosa

Diseñador Industrial, Magíster en Gerencia de Mercadeo de la Universidad de los Andes, con 10 años de experiencia en emprendimiento, mercadeo e innovación implementado en: 1. Elaboración y ejecución de planes de marketing estratégico & digital (#Redes #SEO #SEM, #Mailing). 2. Gestión de proyectos a través de metodologías de PMI y plataformas digitales. 3. Administración y operación de programas de movilidad sostenible a nivel nacional. 4. Formulación de proyectos y dirección de procesos comerciales de venta consultiva B2B/B2C.

Certificado

La Universidad de los Andes otorgará un certificado de participación a los estudiantes que cursen como mínimo el 85% de las sesiones. En cada clase un moderador se encargará de verificar su asistencia por medio de su conexión a la plataforma. Si al finalizar la sesión usted no se conectó, entenderemos que no estuvo presente.

Modalidad de pago

Política de Descuentos y Formas de Pago

Formas de Pago:

- Pago con tarjeta débito y crédito en la oficina de Educación Continua
- Pago electrónico (1)
- Pago efectivo o cheque (2)
- Pago por transferencia bancaria (3)
- Carta de compromiso de la empresa (4)
- Libranza funcionarios Uniandes (5)

Mayor información sobre nuestros descuentos [aquí](#)

Notas:

(1) Si vas a realizar transacciones en línea con tu tarjeta débito o crédito, las franquicias autorizadas para recibir el pago son: Visa, Mastercard o American Express, actualmente no es posible recibir pagos con tarjeta Diners Club, CMR, Codensa, ni Éxito sin franquicia. Por lo tanto, selecciona el curso, ingresa al banner - Inscríbete y sigue las instrucciones del sistema. En caso que la tarifa con la que vas a cancelar el curso no se encuentre habilitada, por favor comunícate al 332 43 63 o al WhatsApp 312 410 4951

(2) Para realizar pagos en efectivo o cheque es necesario expedir un recibo referenciado o Factura, con el cual puedes dirigirte a cualquier sucursal del Banco de Bogotá o Banco Itaú, dentro de las fechas límite para realizar la transacción. Una vez hecho el pago, enviar el comprobante de transacción al correo educacion.continua@uniandes.edu.co, con el fin de legalizar el pago y proceso de inscripción..

(3) Para realizar el pago por Transferencia bancaria debes solicitar a uno de nuestros asesores por correo electrónico el número de cuenta, luego debes ingresar a tu cuenta bancaria virtualmente y dependiendo de la entidad bancaria realizar el proceso digitando nuestro número de cuenta bancaria. Al finalizar el proceso deberás guardar el pdf o comprobante de la transferencia al correo educacion.continua@uniandes.edu.co, con el fin de legalizar el pago y proceso de inscripción.

(4) Carta de la entidad en la que solicita la inscripción de sus funcionarios y se compromete a realizar el pago correspondiente a favor de la Universidad garantizando la participación. Por favor ten en cuenta las siguientes recomendaciones:

- La carta debe enviarse en papelería oficial de la entidad con el Número de Identificación Tributaria (NIT), la dirección, correo electrónico, número telefónico.
- Es importante tener en cuenta que la carta debe estar firmada (firma autógrafa, no digital) por la persona facultada para autorizar el pago.
- Para evitar conflicto de intereses, la persona que participará en el curso no debe firmar la carta de compromiso sino la persona facultada para autorizar el pago.
- La Universidad confirmará con la entidad la inscripción de sus funcionarios y expedirá la factura electrónica de pago. La no asistencia de las personas inscritas, no exime a la entidad de la responsabilidad del pago.
- Indicar las condiciones de tiempos de pago que maneja la entidad.
- Adjuntar RUT y Cámara de Comercio no mayor a 30 días.
- Modelo carta de compromiso ([link](#))

(5) Para el pago por libranza de funcionarios Uniandes, debes comunicarte con uno de nuestros asesores al 332 43 63 o al WhatsApp 312 410 4951 para mayor información.

Condiciones

Eventualmente la Universidad puede verse obligada, por causas de fuerza mayor a cambiar sus profesores o cancelar el programa. En este caso el participante podrá optar por la devolución de su dinero o reinvertirlo en otro curso de Educación Continua que se ofrezca en ese momento, asumiendo la diferencia si la hubiere.

La apertura y desarrollo del programa estará sujeto al número de inscritos. El Departamento/Facultad (Unidad académica que ofrece el curso) de la Universidad de los Andes se reserva el derecho de admisión dependiendo del perfil académico de los aspirantes.

Más información

Dirección de Educación Continua

Cra 1° No. 19 - 27 | Edificio Aulas, Oficina AU 110

Website: educacioncontinua.uniandes.edu.co

E-mail: educacion.continua@uniandes.edu.co

Tel: +(57 1) 3324363

+(57) 312 4104951

01 8000 123 021

Inscripciones

Tel Directo: (57-1) 332 4541

Tels.: (57-1) 339 4949 / 99, Ext. 2674

E-mail: inscripcioneseduconti@uniandes.edu.co