



1. Datos Generales

Módulo: Marketing en la Era Digital I

Horas de Capacitación: 15 horas

Instructores: Ing. Verónica Sarmiento S.

2. Descripción y objetivos de la capacitación

a) Importancia de la capacitación.

El Marketing Digital es un conjunto de estrategias enfocadas hacia la promoción de una marca en el internet como canal (uso de plataformas de redes sociales y sitios web para impulsar la organización, productos o servicios), lo que permite lograr un gran impacto en el alcance y posicionamiento de las marcas. Gracias al poder de la tecnología, permite crear experiencias únicas y personalizadas para medir y registrar todo lo que ocurre con el objetivo de mejorar la experiencia del usuario.

Para los emprendedores el marketing digital es una extraordinaria opción, ya que se busca llegar a captar determinado público para cautivarlo con distintos servicios y productos que puedan ofrecer. En el caso de los emprendedores ayudaría en gran manera al crecimiento y exposición de su negocio.

El Marketing Digital es importante porque es una herramienta que nos abre una gran ventana de oportunidades para influir sobre determinado grupo o grupos de posibles clientes o consumidores, a fin de captarlos y fidelizarlos.

b) Resultados esperados en los capacitados.

Al final del ciclo de educación las personas estarán en la capacidad de diseñar una marca para su emprendimiento creando una imagen, etiqueta, y presentación del producto o servicio que brinde que sea fácilmente reconocible aumentando su valor percibido frente a la competencia.

Adicional con esta capacitación impartida se espera que los estudiantes fijen objetivos claros de sus emprendimientos actualizándose sobre el marketing digital impulsando las redes sociales de su negocio de una manera correcta para que estén al alcance de su público adecuado.

c) ¿Por qué es importante y cómo contribuye esta capacitación con la formación integral del capacitado?

Es indispensable el conocimiento de los temas a tratar para el desarrollo de su negocio, contribuyendo a promover las ventas, centrándose en la interacción con los clientes

potenciales captados mediante el marketing digital desarrollado en las redes sociales y/o página web del negocio.

3. Contenidos

MARKETING EN LA ERA DIGITAL I			
No.	Tema	Horas	Capacitador
TEMA 1	La Marca, importancia del nombre, el diseño y manejo.	1,5	Msc. Verónica Sarmiento
TEMA 2	Branding.	1,5	
TEMA 3	Imagen corporativa, etiquetas y presentación del producto o servicio.	1,5	
TEMA 4	Audiovisual: 10 Lecciones acerca de cómo Crear Marcas Exitosas	1,5	
TEMA 5	Redes Sociales.	1,5	
TEMA 6	Marketing y utilización de redes sociales a profundidad para ventas.	1,5	
TEMA 7	Creación y diseño de artes para redes sociales.	1,5	
TEMA 8	Audiovisual: LAS REDES SOCIALES EN LOS NEGOCIOS ACTUALES.	1,5	
TEMA 9	¿Cómo crear contenido valioso para tus redes sociales?	1,5	
TEMA 10	Manejo de redes sociales a través de pagos de pautas para obtener una mayor rentabilidad y publicidad.	1,5	
Total Horas Sincrónicas		15	

4. Sistemas de Evaluación

a) Desglose de evaluación

La evaluación se realiza tomando en cuenta los siguientes parámetros:

Asistencia: se debe asistir al 90% de todas las sesiones de la clase.

Trabajo: Se realizará un trabajo final en base a los conocimientos difundidos a lo largo de la capacitación

b) Metodología

El capacitador presentará el contenido de cada uno de los capítulos establecidos.

Se realizará un trabajo final el cual tendrá un plazo para poder entregarlo

Se hará referencia bibliografía establecida.

5. Referencias

a) Bibliografía base

Libros

Autor	Título	URL
Andy Stalman	Brand off On, el Branding del futuro	https://ww2.lectulandia.com/book/brandoffon-el-branding-del-futuro/

Web

Autor	Título	URL
tutsplus.com	Cómo diseñar una nueva identidad de marca para tu negocio	https://business.tutsplus.com/es/articles/how-to-design-a-new-brand-identity-for-your-business--cms-27036
Eduardo Nuñez	8 ejemplos de imagen corporativa para inspirar el crecimiento de tu empresa	https://www.crehana.com/blog/negocios/ejemplos-imagen-corporativa/
Carmen Escobar	¿Qué tipos de redes sociales existen? (Y cómo aprovecharlas para tu negocio)	https://sproutsocial.com/insights/tipos-de-redes-sociales/
Noemí Contreras	Social selling: La guía de ventas en redes sociales	https://blog.hootsuite.com/es/social-selling-venta-en-redes-sociales/

