



DIPLOMADO EN MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

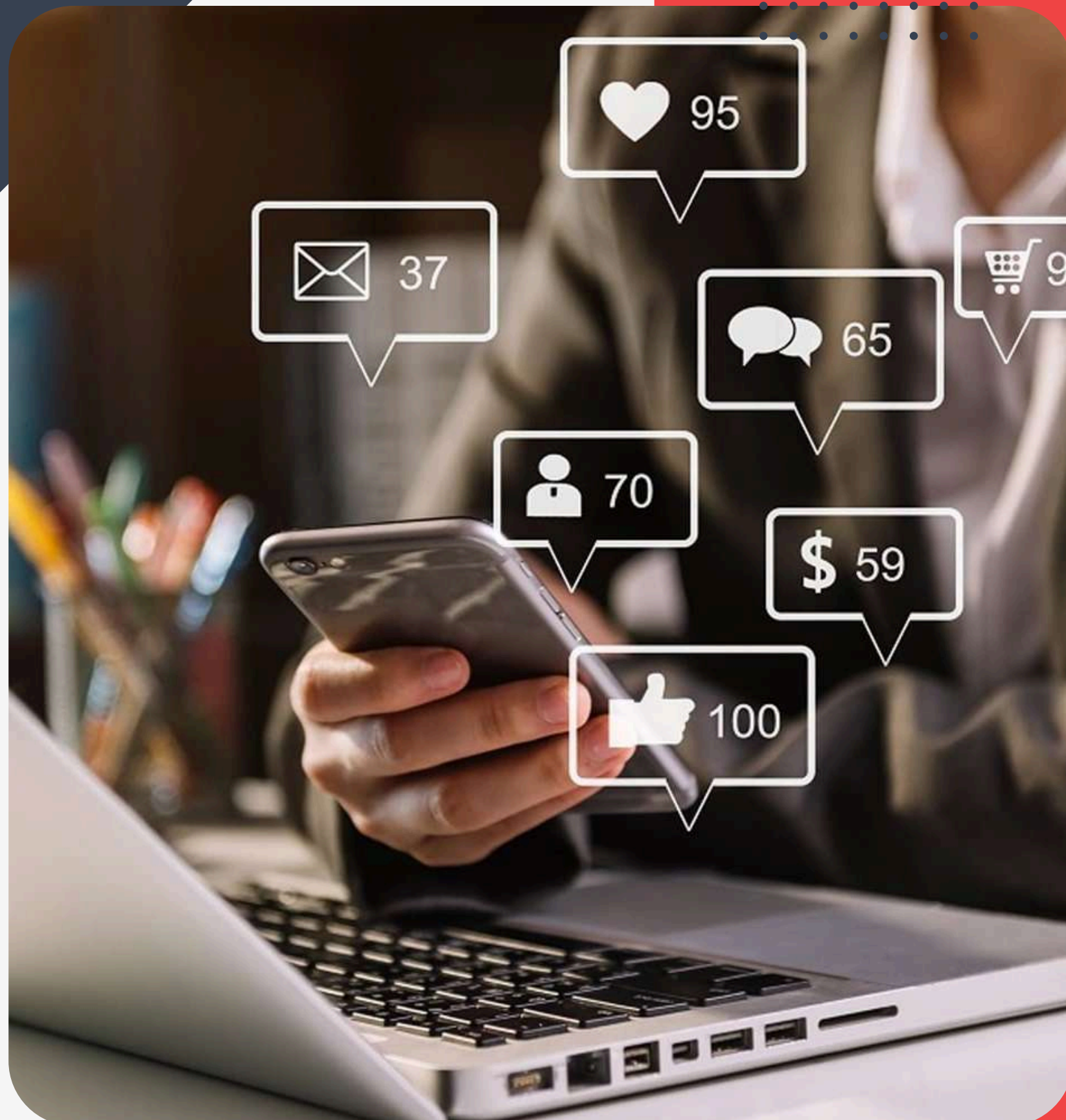
DIPLOMADO SECTOR EXTERNO - EDUCACION
CONTINUADA

 <https://posgradosfacea.udenar.edu.co/>

 diplomadospf@udenar.edu.co

Correo provisional:

diplomados.epf.udenar@gmail.com



PRESENTACIÓN

El Diplomado en Marketing Digital y Redes Sociales tiene como propósito fortalecer las capacidades de los participantes en el diseño e implementación de estrategias de marketing digital orientadas al posicionamiento de marca y la gestión efectiva de canales digitales.

El programa integra fundamentos de marketing digital, creación de contenido, gestión de redes sociales y analítica de datos, bajo un enfoque teórico - práctico basado en casos reales y el desarrollo de estrategias aplicadas al entorno empresarial.

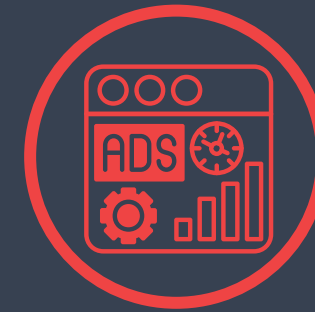
Dirigido al sector externo, este diplomado ofrece una alternativa de formación continua que permite a los participantes actualizar sus conocimientos y desarrollar competencias clave para la gestión estratégica de la comunicación digital en organizaciones y emprendimientos.

Duración: 120 horas

Modalidad: Remota

Horarios: POR DEFINIR

OBJETIVO



Fortalecer las competencias de los participantes en el diseño, implementación y gestión de estrategias de marketing digital y redes sociales, mediante el uso de herramientas, plataformas digitales y analítica de datos, con el fin de posicionar marcas, optimizar la comunicación y generar valor en entornos digitales.

JUSTIFICACIÓN

El crecimiento acelerado de los entornos digitales y el uso masivo de plataformas en línea han transformado la manera en que las organizaciones se comunican, interactúan con sus públicos y posicionan sus productos y servicios, generando la necesidad de profesionales con competencias en marketing digital y gestión estratégica de redes sociales.

En este contexto, el **Diplomado en Marketing Digital y Redes Sociales** surge como una respuesta académica orientada a fortalecer habilidades en el diseño de estrategias digitales, la creación de contenido relevante y el uso de herramientas de analítica para la toma de decisiones, contribuyendo al posicionamiento y competitividad de las organizaciones.

Dirigido al sector externo, el programa se constituye en una alternativa de formación continua que permite a los participantes actualizar sus conocimientos y desarrollar capacidades prácticas para enfrentar los desafíos de la comunicación digital en entornos dinámicos y altamente competitivos.



PLAN DE ESTUDIOS

Modulo I. FUNDAMENTOS DEL MARKETING DIGITAL (30 HORAS)

Nº	TEMA
01	Introducción al Marketing Digital
02	Comportamiento del consumidor digital
03	Estrategias y canales digitales
04	Diseño de una estrategia digital
05	Características del nuevo consumidor y cambios en el proceso de decisión y compra

Comprensión de la evolución del marketing digital mediante herramientas visuales y actividades colaborativas que permiten identificar conceptos clave y conocimientos previos.

Análisis del comportamiento del consumidor en entornos digitales a través de casos prácticos, encuestas y herramientas de mapeo de experiencia del cliente.

Diseño de estrategias de marketing digital mediante talleres prácticos y simulaciones aplicadas a diferentes canales y contextos empresariales.

Desarrollo de propuestas estratégicas utilizando metodologías como SOSTAC y herramientas colaborativas, bajo un enfoque de aprendizaje basado en problemas.

Identificación de las nuevas dinámicas del consumidor y rediseño del proceso de decisión de compra en entornos digitales mediante análisis de casos reales.

PLAN DE ESTUDIOS

Modulo 2. REDES SOCIALES Y GESTIÓN DE CONTENIDOS (30 HORAS)

Nº	TEMA
01	Panorama de redes sociales
02	Content marketing y storytelling digital
03	Calendarios y automatización de contenidos
04	Gestión de comunidades y social listening

Análisis comparativo de plataformas digitales y sus audiencias, junto con la creación y optimización de perfiles para marcas.

Diseño de contenidos y narrativas digitales mediante metodologías creativas y análisis de campañas exitosas.

Planificación y programación de contenidos en redes sociales utilizando herramientas digitales y simulaciones prácticas.

Administración de comunidades digitales y monitoreo de conversaciones en redes sociales, aplicando herramientas y manejo de situaciones reales.

PLAN DE ESTUDIOS

Modulo 3. HERRAMIENTAS Y PUBLICIDAD DIGITAL (30 HORAS)

Nº	TEMA
01	Marketing de Automation y Performance
02	Google Ads y posicionamiento SEM
03	Email marketing y automatización
04	KPI's y métricas del marketing digital

Configuración y análisis de campañas digitales en plataformas publicitarias, evaluando segmentación, creatividad y objetivos.

Diseño y gestión de campañas en buscadores mediante el uso de palabras clave, pujas y análisis de resultados.

Creación de campañas de correo electrónico con segmentación de audiencias, automatización y pruebas A/B.

Interpretación de indicadores clave para evaluar el rendimiento de campañas y apoyar la toma de decisiones.

PLAN DE ESTUDIOS

Modulo 4. ANALÍTICA DIGITAL Y OPTIMIZACIÓN (30 HORAS)

Nº	TEMA
01	Google Analytics 4 (GA4)
02	Dashboarding y visualización de datos
03	SEO y optimización de contenido web
04	Estrategias de mejora continua y pruebas A/B

Configuración y análisis de datos mediante entornos prácticos, enfocados en la medición de eventos, conversiones y comportamiento del usuario.

Construcción de tableros de control para interpretar datos y generar insights estratégicos utilizando herramientas de visualización.

Aplicación de técnicas de posicionamiento en buscadores para mejorar la visibilidad y el rendimiento de contenidos digitales.

Implementación de pruebas y experimentos para optimizar campañas y contenidos, basados en análisis de resultados y toma de decisiones.

METODOLOGIA

01

CLASES SINCRÓNICAS CON FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

Desarrollo de contenidos teóricos mediante sesiones virtuales orientadas a la comprensión del marketing digital y la gestión de redes sociales.

02

APRENDIZAJE BASADO EN CASOS REALES

Análisis de campañas y estrategias digitales que permiten identificar buenas prácticas y oportunidades de mejora en entornos reales.

03

USO DE HERRAMIENTAS Y PLATAFORMAS DIGITALES

Aplicación práctica de herramientas para la creación de contenido, gestión de redes sociales, analítica y publicidad digital.

04

DESARROLLO DE ACTIVIDADES PRÁCTICAS

Ejercicios orientados a la aplicación de estrategias digitales en contextos reales o simulados, fortaleciendo el aprendizaje aplicado.

05

PROYECTO APLICADO

Diseño e implementación de una estrategia de marketing digital que integre los conocimientos adquiridos durante el diplomado.



BENEFICIOS

- **Desarrollo de competencias en marketing digital y gestión estratégica de redes sociales**
- **Fortalecimiento de habilidades para diseñar e implementar campañas digitales efectivas**
- **Aplicación de herramientas para la creación de contenido, publicidad digital y analítica de datos**
- **Comprensión del comportamiento del consumidor en entornos digitales**
- **Optimización de estrategias mediante el uso de métricas e indicadores clave**
- **Modalidad 100% remota que facilita el acceso y la flexibilidad en el aprendizaje**





Universidad de Nariño
FUNDADA EN 1904



Universidad de Nariño
ACREDITADA EN ALTA CALIDAD
RESOLUCIÓN MEN 000022 - ENERO 11 DE 2023



Escuela de Posgrados

Facea

Academia, Ciencia y Desarrollo



ESCUELA DE POSGRADOS FACEA

UNIVERSIDAD DE NARIÑO



IMPULSA TU FUTURO PROFESIONAL CON NOSTROS

Formamos líderes con visión estratégica, pensamiento innovador y capacidad para transformar organizaciones



CONTACTANOS



Bloque V - oficina 107 VIPRI - Universidad de Nariño



Tel: 7244303 Ext: 2385 **Cel:** 321 636 5248 - 310 544 4297



diplomadisepf@udenar.edu.co - posfacea@udenar.edu.co
diplomados.epf.udenar@gmail.com - postfacea@gmail.com



@posgradosfacea

