

**4**ta edición  
diplomado  
**marketing**  
**DIGITAL**

by **club-FIBEX**  
TE DA+

# PRESENTACIÓN

El **Vice-rectorado Académico** de la **Universidad de Carabobo** siempre se ha caracterizado por ser pilar fundamental en la formación integral y actualizada de la juventud venezolana, y en un mundo cada vez más globalizado y digital, surge la necesidad de contribuir con la preparación profesional en el uso de herramientas y plataformas que le permitan al egresado realizar y administrar proyectos con estrategias basadas en las tendencias actuales y con una metodología estructurada que le permita la construcción de marcas, el desarrollo de pilares de comunicación, saberes efectivos, y resultados garantizados para impulsar y promover empresas, organizaciones y emprendimientos.

Este diplomado busca dar respuestas a la necesidad planteada mediante un programa de formación integral en el área de marketing digital, basado en la experiencia y trayectoria de los facilitadores, con la visión de darle al egresado un nivel de **Social Media Manager**, con un perfil de competencias para la gerencia y desarrollo de proyectos innovadores contextualizados en las demandantes realidades de una sociedad dominada por las tecnologías de información y comunicación, en un mercado laboral interdependiente altamente competitivo.

# JUSTIFICACIÓN

## El **DIPLOMADO EN MARKETING DIGITAL 4° EDICIÓN**

es una iniciativa para ofrecer la oportunidad de profundizar, ampliar y perfeccionar competencias a aquellas personas que desean desarrollarse de manera profesional en este campo que actualmente tiene gran demanda.

Está estructurado para que el **Vice-rectorado Académico** de la **Universidad de Carabobo** en alianza con **CLUB FIBEX** y la **Agencia Creativa PIXELTIPS**, ofrezcan programas con un alto nivel académico y en constante actualización, brindando de esta manera una experiencia de formación integral que contribuya a la promoción de empresas y emprendimientos con altos niveles de eficacia y efectividad, dando de esta manera una opción laboral con amplio campo de trabajo a profesionales que deseen desarrollarse en esta área.

Es importante resaltar que el **MARKETING DIGITAL** además de impulsar marcas, le permite al profesional, desarrollar su creatividad, estar en constante formación, formar parte de equipos interdisciplinarios y la posibilidad de trabajar tanto en entornos presenciales como virtuales.

Programa

# ACTUALIZADO Y DINÁMICO

Este diplomado constituye una oferta académica actualizada y dinámica, al tratarse de un área tan innovadora, en una dinámica permanente de cambio, por lo cual, este programa siempre buscará estar a la par las tendencias emergentes, y en constante actualización.

Se estructura en base al desarrollo del mercadeo, estudiando a detalle técnicas modernas; abordando todo el proceso de manera estructurada, crítica, evaluando y analizando casos de éxito, que le permita al participante ir desarrollando y aplicando dichos aspectos en su propio proyecto, el cual culminará con su presentación y de esta manera dominar de manera meta cognitiva las herramientas que le permitan desempeñarse en las distintas áreas que conforman el marketing digital, tanto en una agencia de publicidad, como en un departamento de mercadeo, como de manera FreeLancer en proyecto.

Por ello, el **DIPLOMADO EN MARKETING DIGITAL**, representa una formación integral y avanzada; se formula a partir de un análisis de la situación actual, del cual se derivan unos propósitos a desarrollar y un plan de estudios.

Ser una programa que contribuya a la formación integral de profesionales en la proyección y promoción de marcas, empresas y emprendedores a través del **MARKETING DIGITAL CREATIVO E INNOVADOR**, con lo más altos estándares de calidad y eficiencia

## **VISIÓN**

Brindar a una **ALTERNATIVA** de formación profesional integral y práctica que le permita al egresado desarrollarse con un nivel competitivo en una de las profesiones de más demanda actualmente.

## **MISIÓN**

Creatividad  
Trabajo en equipo  
Profesionalismo  
Puntualidad  
Responsabilidad  
Eficiencia  
Integralidad  
Trayectoria  
Liderazgo  
Innovación

## **VALORES**

## **PERFIL**

Profesional Integral capaz de construir marcas, crear estrategias efectivas, desarrollar líneas de comunicación y liderar equipos creativos, con una formación de alta competencia a nivel de **SOCIAL MEDIA MANAGER**

# FUNDAMENTOS

El programa está estructurado para ofrecerle al participante una formación integral con herramientas y estrategias que le permitan desempeñarse dentro de equipos de alto rendimiento. Involucrando aspectos de 4 ámbitos fundamentales

## **FILOSÓFICOS:**

Amplitud de pensamiento  
Visión global de las situaciones  
Métodos efectivos para abordarlas  
Soluciones creativas y efectivas

## **PSICOLÓGICOS:**

Capacidad de liderar equipos  
Seguridad en sí mismo  
Capacidad de trabajar bajo presión y controlar estrés  
Capacidad de asumir retos

## **ANDRAGÓGICOS**

Capacidad de mantenerse en constante actualización  
Capacidad de ser autodidacta

## **SOCIALES**

Capacidad de trabajar en equipo  
Capacidad de relaciones interpersonales efectivas  
Habilidades en comunicación

# PROPÓSITO DEL PROGRAMA

## PROPÓSITO GENERAL

Formar profesionales de alto nivel en marketing digital brindándoles de esta manera una opción laboral con amplio campo de desempeño.

## PROPÓSITOS ESPECÍFICOS

Fortalecer la diversificación de la oferta académica de la Universidad de Carabobo con programas competitivos y actualizados.

Brindar una experiencia de formación integral y dinámica teórico-práctica.

Contribuir en la promoción de empresas y emprendimientos con altos niveles de efectividad

# PERFIL DE INGRESO

El contenido del **DIPLOMADO MARKETING DIGITAL** está dirigido a cualquier persona que desee adquirir una formación avanzada en el ámbito de la dirección de marketing, utilizando las nuevas tecnologías de comunicación disponibles, fundamentales para la incorporación en equipos multidisciplinarios o para mejorar la presencia de su empresa/emprendimiento en las plataformas digitales

Por lo tanto, debe ser un **PARTICIPANTE** que muestre interés por los procesos innovadores a nivel de comercialización, creatividad, diseño de productos, distribución y comunicación, conscientes de la importancia del nuevo entorno digital en el contexto corporativo

Desde el punto de **vista académico**, es conveniente que los participantes tengan título universitario o sean técnicos superiores universitario.

Desde el punto de **vista psicológico**, es importante que tenga:

Capacidad de adaptarse a los cambios

Interés por las nuevas tecnologías

Capacidad para enfrentar ambientes globalizados

Creatividad y Actitud de emprendimiento

# COMPETENCIAS

Adquiere y demuestra poseer un pensamiento estratégico con el fin de aplicarlo a la selección de medios digitales, siendo capaz de **diseñar la estrategia**, seleccionando los agentes e interpretando y desarrollando los planes en medios online.

Comprende las nuevas formas de **relacionarse con los consumidores** en el entorno digital interactivo, las nuevas variables de medición de resultados, así como el potencial de Internet como fuente de información e investigación sobre el consumidor.

Analiza y comprende las fuerzas del mercado que influyen en las actividades comerciales, para poder **valorar de manera crítica** las situaciones empresariales.

Construye marcas, genera estrategias efectivas, desarrolla líneas de comunicación y lidera equipos creativos, con una formación integral de alta competencia a nivel de **social media manager**.

Adquiere y demuestra un **pensamiento estratégico** para la aplicación y selección de medios digitales, domina los conceptos básicos inherentes al contexto de marketing digital. Aplicar los conocimientos de marketing en la definición de soluciones de negocio.

Produce diversas opciones de comunicación, adquiere y aplica **estrategias de comunicación**, persuasión y transmisión de un mensaje que llegue de manera clara y convincente a los interlocutores, que le permitan liderar, motivar, coordinar y dirigir una organización

Diseña estrategias de marketing; seleccionando los agentes, la interpretación y desarrollo de los planes de medios online, creando **contenido de valor** creativo e innovador que le permita destacarse en las plataformas.

# PLAN DE ESTUDIOS

<b>MÓDULO O UNIDAD CURRICULAR</b>
Módulo 0 Introducción y conceptos básicos
Módulo 1 Construcción de Marcas (Branding)
Módulo 2 Estructuración de Estrategia Digital
Módulo 3 Desarrollo de Estrategia Digital
Módulo 4 Diseño y Plataformas Digitales
Módulo 5 Ventas Efectivas
Módulo 6 Redacción en Medios Digitales
Módulo 7 Oratoria
Módulo 8 Analíticas y Métricas
Módulo 9 ROI e Inversión ADS
Asesorías semanales
Presentación de proyectos finales

# INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL

<b>FACILITADOR:</b> Mcs. Natasha Febres Ing. Melissa Acosta	<b>MODALIDAD:</b> Presencial
<b>TOTAL DE HORAS = 8</b> Presenciales: 8 horas Asesorías: 0 horas	
<b>COMPETENCIA ESPECÍFICA:</b> Reafirma los conceptos básicos inherentes al contexto de marketing digital	
<b>PROBLEMAS DE ENTORNO:</b> Este espacio permitirá a los participantes entender y familiarizarse con la terminología a utilizar durante el diplomado con el objetivo de alcanzar un óptimo desarrollo del programa	
<b>SABERES NECESARIOS</b> 1. Define términos básicos 2. Diferencia entre Social Media Manager y Community Manager, funciones de cada uno de los profesionales claves en el desarrollo de un plan de marketing digital 3. Reconoce las diferencias, funciones e importancias de las diferentes plataformas digitales Psicología del consumidor digital	
<b>ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE:</b> Sesión presencial interactiva	
<b>ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:</b> Autoevaluación Evaluación por parte del facilitador (asistencia y participación)	



**VENEZUELA**

# MÓDULO 1: Construcción de Marcas (Branding)

<b>FACILITADOR:</b> Mcs. Natasha Febres Ing. Melissa Acosta	<b>MODALIDAD:</b> Presencial con asesoría virtual
<b>TOTAL DE HORAS = 10</b> Presenciales: 8 horas Asesorías: 2 horas	
<b>COMPETENCIA ESPECÍFICA:</b> Comprende las tendencias en la relación marca-consumidor a través del marketing en dispositivos móviles y los nuevos medios emergentes.	
<b>PROBLEMAS DE ENTORNO:</b> Esta unidad curricular permitirá valorar la importancia de la imagen corporativa de una marca y tener la capacidad de estructurarla y desarrollarla.	
<b>SABERES NECESARIOS</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Conoce los elementos que conforman la imagen corporativa de una marca</li><li>2. Identifica la estructura organizacional de una marca</li><li>3. Define los objetivos y competencias de la marca</li><li>4. Establece la importancia de la construcción de la personalidad de la marca</li></ol>	
<b>ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE:</b> Actividad práctica a través de sesiones presenciales y virtuales interactivas con trabajo en equipos de alto desempeño	
<b>ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:</b> Autoevaluación Evaluación por parte del facilitador mediante ejercicios con problemas de aplicación (estudios de casos prácticos)	



## MÓDULO 2: Estructuración de Estrategia Digital

<b>FACILITADOR:</b> Mcs. Isbelt Venegas	<b>MODALIDAD:</b> Presencial con Asesoría virtual
<b>TOTAL DE HORAS = 10</b> Presenciales: 8 horas Asesorías: 2 horas	
<b>COMPETENCIA ESPECÍFICA:</b> Adquiere y demuestra un pensamiento estratégico para la aplicación y selección de medios digitales.	
<b>PROBLEMAS DE ENTORNO:</b> El desarrollo del contenido permitirá concientizar sobre la importancia de estructurar una estrategia integral basada en objetivos y desarrollar los diferentes aspectos que la conforman	
<b>SABERES NECESARIOS</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Identifica los elementos que forman una estrategia digital: contenidos – públicos – propuesta de valor Conoce los elementos que conforman la imagen corporativa de una marca</li><li>2. Reconoce la definición y estructuración de targets</li><li>3. Desarrolla líneas de comunicación</li><li>4. Selecciona las plataformas a desarrollar según su beneficio</li></ol>	
<b>ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE:</b> Actividad práctica a través de sesiones presenciales y virtuales interactivas con trabajo en equipos de alto desempeño	
<b>ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:</b> Autoevaluación Evaluación por parte del facilitador mediante ejercicios con problemas de aplicación (estudios de casos prácticos)	



**VENEZUELA**

## MÓDULO 3: Desarrollo de Estrategia Digital y Manejo de Crisis

<b>FACILITADOR:</b> Mcs. Isbelt Venegas	<b>MODALIDAD:</b> Presencial con Asesoría virtual
<b>TOTAL DE HORAS = 10</b> Presenciales: 8 horas Asesorías: 2 horas	
<b>COMPETENCIA ESPECÍFICA:</b> Aplicar los conocimientos de marketing en la definición de soluciones de negocio.	
<b>PROBLEMAS DE ENTORNO:</b> Esta unidad curricular permitirá la construcción y desarrollo de la estrategia digital basada en el CUSTOMER JOURNEY (experiencia del usuario) en las diferentes plataformas	
<b>SABERES NECESARIOS</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Conoce las estrategias digitales para Instagram – Facebook</li><li>2. Identifica los tipos de perfiles y elementos que lo forman</li><li>3. Conoce el whatsapp business y email marketing</li><li>4. Selecciona las plataformas a desarrollar según su beneficio</li><li>5. Establece las estrategias para atender crisis en redes sociales</li><li>6. Analiza y aborda la crisis en redes sociales</li><li>7. Reconoce la importancia de las diferentes partes de las plataformas</li></ol>	
<b>ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE:</b> Actividad práctica a través de sesiones presenciales y virtuales interactivas con trabajo en equipos de alto desempeño	
<b>ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:</b> Autoevaluación Evaluación por parte del facilitador mediante ejercicios con problemas de aplicación (estudios de casos prácticos)	



**VENEZUELA**

## MÓDULO 4: Diseño de Contenido y Plataformas Digitales

<b>FACILITADOR:</b> Mcs. Natasha Febres	<b>MODALIDAD:</b> Presencial con asesoría virtual
<b>TOTAL DE HORAS = 10</b> Presenciales: 8 horas Asesorías: 2 horas	
<b>COMPETENCIA ESPECÍFICA:</b> Demuestra capacidad para aplicar los conocimientos de marketing en la definición de soluciones de negocio., mediante la presentación y socialización de un proyecto en el ámbito del marketing digital.	
<b>PROBLEMAS DE ENTORNO:</b> Mediante esta unidad curricular se determinará la importancia de un contenido de valor creativo y dinámico, definido según la personalidad de la marca y las tendencias.	
<b>SABERES NECESARIOS</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Conoce los fundamentos básicos para redes sociales</li><li>2. Identifica los tipos de contenido de acuerdo a la marca</li><li>3. Reconoce Tipos de logotipos: características, elementos e importancia</li><li>4. Diseña contenido específico para cada red social</li><li>5. Aplica herramientas para distribuir y planificar contenido</li></ol>	
<b>ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE:</b> Actividad práctica a través de sesiones presenciales y virtuales interactivas con trabajo en equipos de alto desempeño	
<b>ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:</b> Autoevaluación Evaluación por parte del facilitador mediante ejercicios con problemas de aplicación (estudios de casos prácticos)	



## MÓDULO 5: Ventas Efectivas

<b>FACILITADOR:</b> Ing. Melissa Acosta	<b>MODALIDAD:</b> Presencial con asesoría virtual
<b>TOTAL DE HORAS = 10</b> Presenciales: 8 horas Asesorías: 2 horas	
<b>COMPETENCIA ESPECÍFICA:</b> Aplicación de técnicas modernas para la conversión de clientes. Técnicas de persuasión y negociación adaptadas al entorno digital. Dominio de herramientas para optimizar el proceso de ventas.	
<b>PROBLEMAS DE ENTORNO:</b> La unidad curricular permitirá enfatizar sobre la evolución de las preferencias y hábitos de compra en línea exige estrategias de ventas adaptadas a nuevas tendencias que se pretenden desarrollar.	
<b>SABERES NECESARIOS</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Captación de clientes a través de plataformas digitales</li><li>2. Estrategias de fidelización digital</li><li>3. Automatización y CRM para ventas</li><li>4. Psicología del consumidor digital</li><li>5. Análisis de métricas y optimización de estrategias</li></ol>	
<b>ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE:</b> Actividad práctica a través de sesiones presenciales y virtuales interactivas con trabajo en equipos de alto desempeño	
<b>ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:</b> Autoevaluación Evaluación por parte del facilitador mediante ejercicios con problemas de aplicación (estudios de casos prácticos)	



## MÓDULO 6: Redacción en Medios Digitales

<b>FACILITADOR:</b> Lic. Oliver Ollarves	<b>MODALIDAD:</b> Video Conferencia con asesoría virtual
<b>TOTAL DE HORAS = 10</b> Presenciales: 8 horas Asesorías: 2 horas	
<b>COMPETENCIA ESPECÍFICA:</b> Produce diversas opciones de comunicación como entradas en blogs, infografías, correos electrónicos (e-mails), mensajes para redes sociales, libros digitales (e-books), entre otros	
<b>PROBLEMAS DE ENTORNO:</b> La unidad curricular permitirá enfatizar sobre los estilos de redacción basados en el lenguaje de la marca para crear mensajes claros y efectivos para la estrategia que se pretende desarrollar.	
<b>SABERES NECESARIOS</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Define el lenguaje de marca</li><li>2. Reconoce las formas de escribir aprovechando las ventajas de cada una de las redes sociales y de la web Formulas de copywriting</li><li>3. Maneja Storytelling</li><li>4. Desarrolla la oratoria y Podcast</li><li>5. Aplica estrategias en escritura y lectura en medios digitales</li></ol>	
<b>ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE:</b> Actividad práctica a través de sesiones presenciales y virtuales interactivas con trabajo en equipos de alto desempeño	
<b>ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:</b> Autoevaluación Evaluación por parte del facilitador mediante ejercicios con problemas de aplicación (estudios de casos prácticos)	



**COLOMBIA**

# MÓDULO 7: Oratoria

<b>FACILITADOR:</b> Lic. Ender Oñate Lic. Keyber Irigoyen	<b>MODALIDAD:</b> Presencial con asesoría virtual
<b>TOTAL DE HORAS = 10</b> Presenciales: 8 horas Asesorías: 2 horas	
<b>COMPETENCIA ESPECÍFICA:</b> Adquiere y aplica estrategias de comunicación, persuasión y transmisión de un mensaje que llegue de manera clara y convincente a los interlocutores, que le permitan liderar, motivar, coordinar y dirigir una organización.	
<b>PROBLEMAS DE ENTORNO:</b> Esta unidad brindará al participante herramientas para mejorar la dicción y gesticulación y a utilizar la voz como instrumento de promoción de marcas	
<b>SABERES NECESARIOS</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Identifica las técnicas de respiración</li><li>2. Reconoce las técnicas de modulación de voz</li><li>3. Aplica ejercicios de dicción y gesticulación</li><li>4. Desarrolla estrategias para la aplicación de la oratoria en ventas</li></ol>	
<b>ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE:</b> Actividad práctica a través de sesiones presenciales y virtuales interactivas con trabajo en equipos de alto desempeño	
<b>ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:</b> Autoevaluación Evaluación por parte del facilitador mediante ejercicios con problemas de aplicación (estudios de casos prácticos)	



**VENEZUELA**

## MÓDULO 8: Analíticas y Métricas

<b>FACILITADOR:</b> Lic. Oliver Ollarves	<b>MODALIDAD:</b> Video Conferencia con Asesoría virtual
<b>TOTAL DE HORAS = 10</b> Presenciales: 8 horas Asesorías: 2 horas	
<b>COMPETENCIA ESPECÍFICA:</b> Analiza y comprende las fuerzas del mercado que influyen en las actividades comerciales y para valorar críticamente situaciones empresariales.	
<b>PROBLEMAS DE ENTORNO:</b> El desarrollo del contenido permitirá enfatizar en la importancia de definir KPI para medir la efectividad de la estrategia y tomar medidas necesarias para lograr los objetivos planificados.	
<b>SABERES NECESARIOS</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Define y estructura KPI</li><li>2. Reconoce las métricas importantes a considerar en un plan de marketing</li><li>3. Identifica las plataformas para obtener métricas confiables</li><li>4. Desarrolla las técnicas importantes de SEO</li><li>5. Analiza el SEO en web y redes sociales</li></ol>	
<b>ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE:</b> Actividad práctica a través de sesiones presenciales y virtuales interactivas con trabajo en equipos de alto desempeño	
<b>ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:</b> Autoevaluación Evaluación por parte del facilitador mediante ejercicios con problemas de aplicación (estudios de casos prácticos)	



**COLOMBIA**

## MÓDULO 9: ROI e Inversión ADS

<b>FACILITADOR:</b> Lic. María Beatriz Aular	<b>MODALIDAD:</b> Video Conferencia con Asesoría virtual
<b>TOTAL DE HORAS = 10</b> Presenciales: 8 horas Asesorías: 2 horas	
<b>COMPETENCIA ESPECÍFICA:</b> Adquiere y demuestra ideas estratégicas con el fin de aplicarlas a la selección de medios digitales, sabiendo diseñar la estrategia, seleccionando los agentes e interpretando y desarrollando los planes de medios online.	
<b>PROBLEMAS DE ENTORNO:</b> Mediante la unidad curricular se obtendrán conocimientos sobre ROI (retorno de la inversión) y su importancia en un plan de contenido y desarrollo de campañas ADS como elementos claves en una estrategia digital.	
<b>SABERES NECESARIOS</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Conoce la segmentación de público objetivo</li><li>2. Desarrolla campañas ADS</li><li>3. Explica el cálculo e importancia del ROI</li><li>4. Aplica campañas de Influencers</li></ol>	
<b>ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE:</b> Actividad práctica a través de sesiones presenciales y virtuales interactivas con trabajo en equipos de alto desempeño	
<b>ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:</b> Autoevaluación Evaluación por parte del facilitador mediante ejercicios con problemas de aplicación (estudios de casos prácticos)	



**PARAGUAY**

# PRESENTACIÓN DE PROYECTOS FINALES

<b>FACILITADOR:</b> Mg. Natasha Febres Ing. Melissa Acosta Jurado Evaluador	<b>MODALIDAD:</b> Presencial
<b>TOTAL DE HORAS = 10</b> Presenciales: 8 horas Asesorías: 2 horas	
<b>COMPETENCIA ESPECÍFICA:</b> Demuestra conocimiento avanzado sobre las nuevas aplicaciones tecnológicas en el campo del marketing, desde una perspectiva científica y profesional.	
<b>PROBLEMAS DE ENTORNO:</b> El desarrollo de esta unidad curricular permitirá consolidar y aplicar el contenido abordado y desarrollado durante el programa de formación mediante la creación de un plan de marketing integral para una marca ficticia o real.	
<b>SABERES NECESARIOS</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Relaciona el marco estructural: resumen ejecutivo, objetivos del negocio, objetivos en RRSS</li><li>2. Integra las estrategias de Marketing: Benchmarking, territorio comunicacional, target, ecosistema de la marca, contenido de valor, plan de marketing.</li><li>3. Aplica las acciones y KPI.</li><li>4. Crea propuesta económica</li><li>5. Presenta Conclusiones y Recomendaciones para la marca</li></ol>	
<b>ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE:</b> Presentación, defensa, aplicación y consolidación de la estructura de un plan de marketing con un estudio de caso	
<b>ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:</b> Creación, presentación, abordaje y plan de marketing para una marca.	

# ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Se tienen previstos sesiones de clases presenciales una vez a la semana, con asesorías virtuales para sesiones de preguntas y respuestas tal como se describe en el cronograma de actividades.

## TIPOS DE CLASES

10 sesiones de clases presencial interactivas  
Sábado de 8am a 12m y de 1m a 4:30pm

2 sesiones de asesoría presencial  
Sábado de 8am a 4:30pm

7 sesiones de asesoría virtual (días miércoles)  
6:30pm a 8:30pm

Capacidad máxima 60 participantes, con un mínimo de 45 participantes para garantizar la calidad académica y vialidad del mismo

# ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

## LINEAMIENTOS PARA LA ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO

CREENCIAL A OTORGAR	Certificado avalado por el Vice-rectorado Académico de la UC Constancia por aprobación con nota mínima de 15 puntos Reconocimiento al mérito académico
DURACIÓN DEL PROYECTO	Estimado de duración 2 meses y medio
MODALIDAD	Presencial con asesorías virtuales Requisito mínimo de asistencia a las sesiones presenciales del 75%
SEDE DEL PROYECTO	Hotel Manantial Valencia
COORDINACIÓN ACADÉMICO ADMINISTRATIVA	Vice-rectorado Académico de la UC Agencia Pixeltips
PARTICIPANTES	Capacidad máxima 60 participantes, con un mínimo de 45 participantes
RECURSOS	1 salón con capacidad para 60 personas Equipo de proyector audiovisual Acceso a wifi fibra óptica Aire acondicionado Cercanía a baños

# ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

## **FACILITADORES**

Contamos con especialistas de amplia trayectoria a nivel **nacional e internacional**, en constante actualización:

Mcs. Isbelt Venegas (Venezuela)

Lic. Oliver Ollarves (Colombia)

Lic. Ender Instituto de Oratoria (Venezuela)

Lic. María Beatriz Aular Milano (Paraguay)

Ing. Melissa Acosta (Venezuela)

Lic. Roángel Conde (Venezuela)

Mcs. Natasha Febres (Venezuela)

# CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

SESIONES PRESENCIALES SÁBADOS (8 horas académicas)		SESIONES VIRTUALES MIÉRCOLES (2 horas)	
12/07	<b>INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL</b> Mcs. Natacha Febres e Ing. Melissa Acosta (Venezuela)	-	-
19/07	<b>MÓDULO 1: CONSTRUCCIÓN DE MARCAS / BRANDING</b> Mcs. Natacha Febres e Ing. Melissa Acosta (Venezuela)	02/07	Asesoría virtual
26/07	<b>MÓDULO 2: ESTRUCTURACIÓN DE ESTRATEGIA DIGITAL</b> Mcs. Isbelt Venegas (Venezuela)	09/07	Asesoría virtual
08/08	<b>MÓDULO 3: DESARROLLO DE ESTRATEGIA DIGITAL</b> Mcs. Isbelt Venegas (Venezuela)	16/07	Asesoría virtual
09/08	<b>MÓDULO 4: DISEÑO DE CONTENIDO Y PLATAFORMAS DIGITALES</b> Mcs. Natacha Febres (Venezuela)	23/07	Asesoría virtual
16/08	<b>MÓDULO 5: VENTAS EFECTIVAS</b> Ing. Melissa Acosta (Venezuela)	-	-
Del 18 al 22/08	<b>ASESORÍA PRESENCIAL</b>	-	-
23/08	<b>MÓDULO 6: REDACCIÓN EN MEDIOS DIGITALES</b> Lic. Oliver Ollarves (Colombia)	13/08	Asesoría virtual
30/08	<b>MÓDULO 7: ORATORIA</b> Lic. Ender Oñate y Lic. Keyber Irigoyen (Venezuela)	20/08	Asesoría virtual
06/09	<b>MÓDULO 8: ANALÍTICAS Y MÉTRICAS</b> Lic. Oliver Ollarves (Colombia)	27/08	Asesoría virtual
13/09	<b>MÓDULO 9: ROI E INVERSIÓN ADS</b> Lic. María Beatriz Aular (Paraguay)	-	-
20/09	<b>ASESORÍA FINAL</b>	-	-
27/09	Presentación de Proyectos Finales ante Jurado Evaluador	-	-
	Graduación (Acto Académico)	-	-

## HORAS ACADÉMICAS

288 horas en total  
Tiempo estimado de  
duración 2 meses y medio

# TU MEJOR OPCIÓN

Este programa busca formar al participante para afrontar los retos de la creciente economía digital, a través de una metodología ordenada, sistemática y rigurosa para administrar los proyectos de marketing digital que requiere una empresa, negocio u organización para obtener resultados efectivos, y destacarse de la competencia.

Lo que hace diferente a este **DIPLOMADO DE MARKETING DIGITAL 4ta EDICIÓN BY CLUB FIBEX** de los demás diplomados, cursos, talleres o programas, es su enfoque integral, lo que le proporciona al participante un aprendizaje amplio y a la vez completo de todos los ámbitos que se requiere en una estrategia de marketing. Además, que es el único programa que cuenta con facilitadores de amplia trayectoria y activos actualmente en el desarrollo de planes estratégicos para empresas reconocidas a nivel nacional e internacional

Este proyecto busca elevar el nivel académico y profesional de las personas que se desarrollan en este campo con una formación integral y actualizada.

