

Ruta de aprendizaje

Gestión de la **marca**,
la **comunicación** y el
mercadeo en **canales**
y **medios digitales**



Ruta Gestión de la marca, la comunicación y el mercadeo en canales y medios digitales

NB

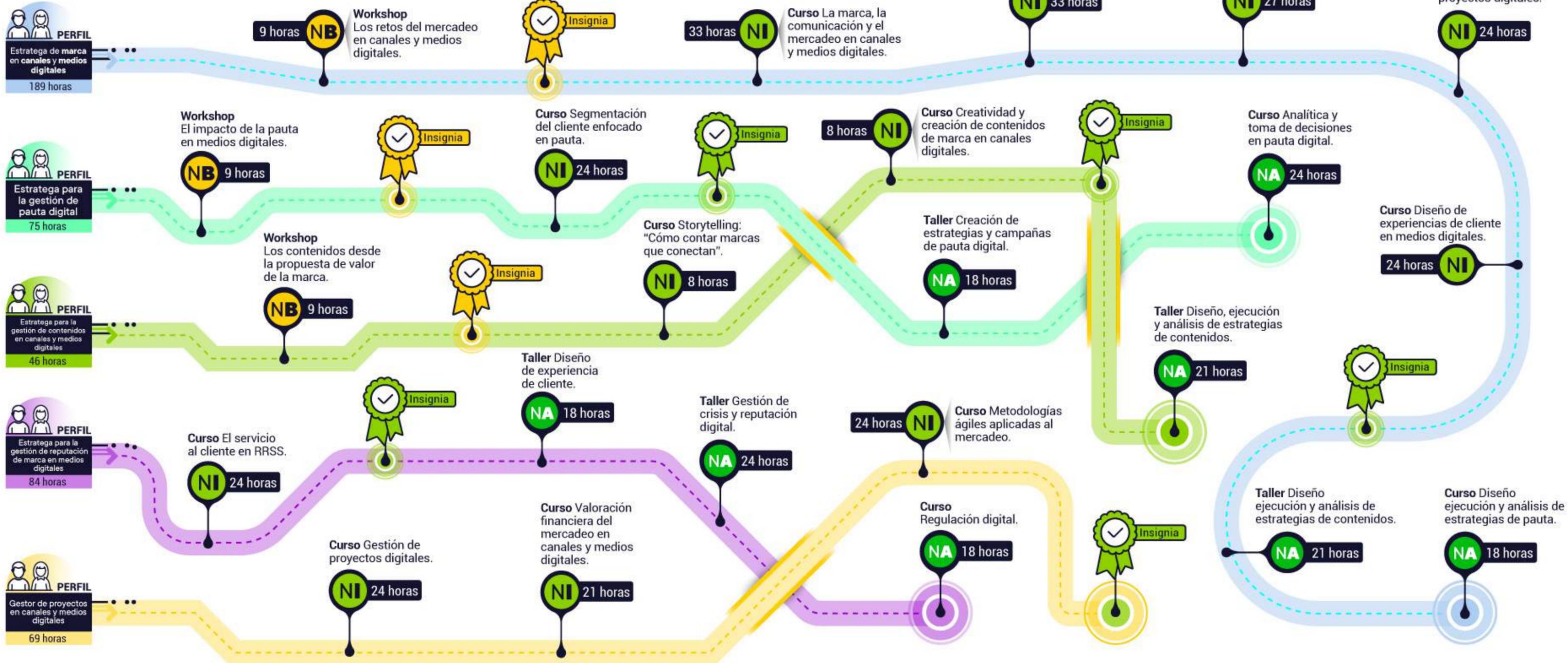
Nivel Básico

NI

Nivel Intermedio

NA

Nivel Avanzado



RUTA DE APRENDIZAJE:

Gestión de la marca, la comunicación y el mercadeo en canales y medios digitales



NOMBRE DEL PERFIL:

Estrategia de marca en canales y medios digitales

DURACIÓN DE LA RUTA: 189 horas

Estrategia de marca en canales y medios digitales estructura el plan de mercadeo, las estrategias y las tácticas a implementar en los canales y medios digitales.



COMPETENCIAS A DESARROLLAR:

- Reconoce las características y los retos del mercado en los canales y medios digitales.
- Estructura un plan de acción para el desarrollo del plan de mercadeo en canales y medios digitales.
- Valora financieramente el impacto de la implementación de un plan de mercadeo en canales y medios digitales.
- Diseña las estrategias de atracción, retención y desarrollo de clientes en plataformas digitales.

- Gestiona planes de mercadeo aplicados a comercio electrónico.
- Implementa planes de mercadeo en canales digitales y medios digitales, definiendo las capacidades de ejecución.
- Diseña la experiencia del cliente en canales y medios digitales.
- Gestiona las estrategias de pauta en canales y medios digitales.



NOMBRE DEL PERFIL:

Estrategia para la gestión de pauta digital

DURACIÓN DE LA RUTA: 75 horas

El estrategia para la gestión de pauta digital diseña la estrategia de inversión de pauta a implementar en canales y medios digitales.



COMPETENCIAS A DESARROLLAR:

- Conoce los fundamentos de pauta en medios y canales digitales.
- Estructura estrategias de contenido en canales digitales desde la definición de audiencias.

- Implementa estrategias de pauta digital teniendo en cuenta el presupuesto por campaña.
- Gestiona proyectos de experiencia de usuario en canales y medios digitales teniendo en cuenta los componentes de la hoja de ruta para crear experiencias de usuario.



NOMBRE DEL PERFIL:

Estrategia para la gestión de contenidos en canales y medios digitales

DURACIÓN DE LA RUTA: 46 horas

El estrategia para la gestión de contenidos en canales y medios digitales, diseña la estrategia para la gestión de contenidos en canales y medios digitales.



COMPETENCIAS A DESARROLLAR:

- Aplica los conceptos esenciales para la creación de historias que conecten a las audiencias con la marca de forma coherente.
- Gestiona los recursos para las estrategias de contenido.
- Define audiencias y segmentos para la estrategia de contenido.
- Analiza el comportamiento de la estrategia y toma decisiones informadas.



NOMBRE DEL PERFIL:

Estrategia para la gestión de reputación de marca en medios digitales

DURACIÓN DE LA RUTA: 84 horas

El estrategia para la gestión de reputación de marca en medios digitales, diseña el plan de gestión de crisis y manejo reputacional de una marca.



COMPETENCIAS A DESARROLLAR:

- Gestiona modelos de servicio al cliente en redes sociales.
- Estructura la experiencia de cliente en medios y canales digitales considerando la definición de arquetipos y diseño de mapas de experiencia.
- Diseña el plan de acción de marca para manejar situaciones difíciles en canales digitales.
- Ejecuta el plan de normativa digital que responden a los impactos negativos legales en la comunicación de marca en canales y medios digitales.



NOMBRE DEL PERFIL:

Gestor de proyectos en canales y medios digitales

DURACIÓN DE LA RUTA: 69 horas

El gestor de proyectos en canales y medios digitales tendrá la capacidad de gestionar proyectos relacionados con el mercadeo en canales y medios digitales.



COMPETENCIAS A DESARROLLAR:

- Gestiona los proyectos digitales y analiza su impacto en la marca.
- Valora los aspectos financieros aplicados a la gestión del mercadeo en plataformas digitales.
- Gestiona proyectos de mercadeo con base en las metodologías ágiles, el alcance y los resultados.