

Título	Marketing Digital
Modalidad de la formación	Taller
Frase de enganche	<p>Aprende a impulsar tu negocio en línea con estrategias probadas en nuestro taller de marketing digital para emprendedores.</p> <p>Haz que tu negocio se note, se escuche y se venda: domina el marketing digital con estrategia y propósito.</p>
Elementos para considerar en la imagen gráfica del programa	<ul style="list-style-type: none"> • Colores vibrantes que reflejen la creatividad y dinamismo. • Imágenes de calidad tomadas con dispositivos móviles. • Iconografía moderna representativa de la tecnología y la fotografía.
Unidad académica responsable	Unidad de Innovación y Emprendimiento
Elementos de entrada para el diseño y desarrollo del programa	Necesidades de los emprendedores de la comunidad de la María Cano.
Presentación o justificación	<p>La transformación digital ha revolucionado la forma en la que los emprendedores se conectan con sus clientes. En la actualidad, las redes sociales no solo son espacios de interacción, sino herramientas estratégicas clave para visibilizar productos, construir comunidades y aumentar las ventas. Sin embargo, muchos emprendedores aún no aprovechan todo su potencial por falta de conocimiento técnico, metodológico o estratégico.</p> <p>Este taller nace como respuesta a esa necesidad. Está diseñado para que empresarios, emprendedores y creadores puedan adquirir competencias reales, prácticas y aplicables sobre el uso profesional de plataformas como Instagram, Facebook, WhatsApp Business y Google, entendiendo su funcionamiento, optimizando su presencia digital y desarrollando estrategias de contenido y pauta publicitaria.</p> <p>Con un enfoque práctico, el programa busca cerrar brechas digitales, fortalecer marcas y potenciar las ventas en canales digitales, posicionando los emprendimientos en un entorno altamente competitivo y en constante evolución.</p>
Objetivos	<p>Objetivo General:</p> <p>Brindar herramientas y desarrollar competencias prácticas para el diseño de estrategias de contenido, configuración de canales digitales y ejecución de</p>

	<p>campañas publicitarias efectivas, que fortalezcan la presencia digital y el crecimiento comercial de los emprendimientos.</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprender el ecosistema digital actual y cómo las redes sociales impactan en los negocios. • Diseñar y ejecutar un plan de contenidos atractivo y alineado con los objetivos del negocio. • Crear campañas publicitarias en Meta Business Suite que generen alcance, interacción y conversión. • Analizar e interpretar métricas clave para la toma de decisiones estratégicas en redes sociales. • Configurar correctamente perfiles en redes sociales y herramientas como WhatsApp Business y Google My Business. • Desarrollar habilidades en fotografía móvil, diseño con Canva, y edición básica de video como complemento del contenido digital.
<p>Estructura del programa - Contenidos</p>	<p>El taller se organiza en módulos temáticos que se desarrollan de forma práctica y participativa:</p> <p>Módulo 1: Fundamentos del Marketing Digital y Ecosistema de Redes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identidad de marca: voz, tono, arquetipos, discurso comercial. • Principales plataformas: Instagram, Facebook, WhatsApp Business, Google. • Sincronización de canales y automatización básica. <p>Módulo 2: Creación y Optimización de Canales Digitales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Optimización de perfiles en Instagram y Facebook. • Creación de contenido estratégico: historias destacadas, publicaciones, biografías. • WhatsApp Business: catálogos, mensajes automáticos, respuestas rápidas. • Google My Business: ficha optimizada, Google Maps, sitio web gratuito. <p>Módulo 3: Contenido Visual y Diseño para Emprendedores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos de fotografía móvil para productos. • Diseño en Canva y edición de video con Capcut. • Storytelling, copywriting y herramientas de IA para contenido.

	<p>Módulo 4: Estrategia de Contenido y Creación de Campañas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipos de contenido (orgánico, CGU, de conversión). • Calendario de contenidos y planificación estratégica. • Pauta desde Meta Business Suite: tipos de anuncios, públicos, segmentación. <p>Módulo 5: Métricas y Evaluación de Resultados</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lectura e interpretación de estadísticas. • Métricas de interacción, alcance, conversión. • Herramientas complementarias para automatización y análisis externo.
<p>Modalidad y metodología</p>	<p>Virtual</p>
<p>Público objetivo</p>	<p>Emprendedores, empresarios y público en general.</p>
<p>Duración del programa</p>	<p>24 horas</p>
<p>Competencias</p>	<p>Al finalizar el taller, los participantes estarán en capacidad de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar y ejecutar planes de contenido digital coherentes con la identidad de su marca, utilizando herramientas de diseño y edición accesibles y efectivas. • Configurar y optimizar perfiles digitales en plataformas clave como Instagram, Facebook, WhatsApp Business y Google My Business, fortaleciendo la presencia online de sus negocios. • Crear campañas publicitarias en Meta Business Suite, comprendiendo los diferentes tipos de anuncios, audiencias, objetivos y métricas de rendimiento. • Analizar estadísticas y métricas de sus canales digitales para tomar decisiones informadas, mejorar el alcance, la interacción y las conversiones. • Aplicar herramientas de automatización y remarketing para optimizar la comunicación con sus clientes, mejorar la retención y estimular nuevas ventas. • Utilizar estrategias narrativas (storytelling), recursos visuales y herramientas de inteligencia artificial para producir contenido de valor y conectar emocionalmente con su audiencia. • Implementar estrategias integrales de marketing digital, adaptadas a sus propios modelos de negocio, tanto en el entorno orgánico como en el pago (pauta).

Fechas de inicio y finalización del programa	Inicio: 01 de septiembre de 2025 Finalización: 25 de septiembre de 2025																				
Días y horas de la formación	<p> Distribución sugerida por semanas (4 semanas):</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Semana</th> <th>Días</th> <th>Horario</th> <th>Horas por semana</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Lunes, miércoles, jueves</td> <td>6:00 p. m. - 8:00 p. m.</td> <td>6 horas</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Lunes, miércoles, jueves</td> <td>6:00 p. m. - 8:00 p. m.</td> <td>6 horas</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Lunes, miércoles, jueves</td> <td>6:00 p. m. - 8:00 p. m.</td> <td>6 horas</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Lunes, miércoles, jueves</td> <td>6:00 p. m. - 8:00 p. m.</td> <td>6 horas</td> </tr> </tbody> </table>	Semana	Días	Horario	Horas por semana	1	Lunes, miércoles, jueves	6:00 p. m. - 8:00 p. m.	6 horas	2	Lunes, miércoles, jueves	6:00 p. m. - 8:00 p. m.	6 horas	3	Lunes, miércoles, jueves	6:00 p. m. - 8:00 p. m.	6 horas	4	Lunes, miércoles, jueves	6:00 p. m. - 8:00 p. m.	6 horas
Semana	Días	Horario	Horas por semana																		
1	Lunes, miércoles, jueves	6:00 p. m. - 8:00 p. m.	6 horas																		
2	Lunes, miércoles, jueves	6:00 p. m. - 8:00 p. m.	6 horas																		
3	Lunes, miércoles, jueves	6:00 p. m. - 8:00 p. m.	6 horas																		
4	Lunes, miércoles, jueves	6:00 p. m. - 8:00 p. m.	6 horas																		
Certificación	Se otorgará certificación del curso a quienes cumplan con mínimo, el 80% de asistencia y realicen las actividades académicas propuestas.																				
Costo de la formación por persona	\$325.000 por persona																				
Profesores, docentes, conferencistas o tutores del programa	<p>Profesional en Administración de Empresas Profesional en Mercadeo Digital Tecnólogo en Mercadeo Tecnólogo en Marketing Digital Experiencia y dominio de Redes sociales demostrada como Trafficker Digital</p>																				
Bibliografía para este programa	<p>Bibliografía Libros recomendados</p> <ol style="list-style-type: none"> Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2017). <i>Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital</i>. Editorial Wiley. Una guía clara sobre cómo integrar el marketing tradicional con el digital en la era del consumidor conectado. Klaff, O. (2018). <i>Pitch Anything: An Innovative Method for Presenting, Persuading, and Winning the Deal</i>. Editorial McGraw-Hill. Excelente para aprender a estructurar discursos comerciales efectivos. Klauss, J. (2019). <i>Véndele a la mente, no a la gente</i>. Editorial Paidós. Ideal para trabajar los principios del neuromarketing aplicados al contenido y la publicidad. Gómez, D. (2017). <i>Bueno, bonito y carito: Cómo diferenciarse para dejar de competir por precios</i>. Editorial Ediciones B. Útil para la construcción de propuesta de valor y diferenciación. Sinek, S. (2009). <i>Start With Why: How Great Leaders Inspire Everyone to Take Action</i>. Editorial Portfolio. Inspirador para crear marcas con propósito, muy útil en la etapa de identidad de marca. 																				
	Recursos digitales y herramientas complementarias																				

	<p>1. Meta Business Help Center https://www.facebook.com/business/help Guía oficial para crear y administrar campañas en Facebook e Instagram.</p> <p>2. Google My Business Learning Center https://support.google.com/business Para la configuración, optimización y uso estratégico de fichas de negocio en Google.</p> <p>3. Think with Google https://www.thinkwithgoogle.com Estadísticas, casos de estudio y tendencias en marketing digital.</p> <p>4. Hubspot Academy (Gratuita) https://academy.hubspot.com Cursos y certificaciones en email marketing, inbound, contenido, redes sociales.</p> <p>5. Canva Design School https://www.canva.com/learn Recursos y tutoriales sobre diseño gráfico para no diseñadores.</p>
<p>Elaboración, revisión, aprobación y validación del diseño y desarrollo del programa</p>	<p>Elaboró: Yeim Dufranny Narváez Vargas – Santiago López Vélez Revisó: Juliana Benjumea, Coordinadora de Extensión y Proyección Social Aprobó: Paola Rueda López Vicerrectora de Extensión y Proyección Social</p>

CONTROL DE CAMBIOS AL DISEÑO Y DESARROLLO DEL PROGRAMA

Fecha del cambio	Cambio realizado	Justificación del cambio	VB de quien aprueba el cambio