



DIPLOMADO EJECUTIVO CERTIFICADO : Marketing Digital

120

Horas Académicas

4

Meses

100%

Virtual

24/7

Plataforma Educativa

CENTER OF EDUCATION AND LEADERSHIP

El Centro de Educación y Liderazgo (CEL, Center of Education and Leadership) es una institución de educación avanzada y continua adscrita y avalada por Florida Global University (FGU), centrada en la certificación internacional de programas académicos, así como la oferta de Diplomados y Especializaciones.

Fundado en 2016, en CEL nos dedicamos a potenciar el desarrollo profesional de nuestros estudiantes y participantes, promoviendo el avance y la expansión de la educación continua. Colaboramos estrechamente con aliados internacionales que respaldan nuestros diversos procesos, consolidando nuestra presencia en el ámbito educativo, cultural y social de Estados Unidos, América Latina y el mundo.

Además de ser una institución de formación y desarrollo profesional, CEL, a través de su programa "Alianza de Certificación Académica" con FGU, ha establecido lazos con más de 80 aliados internacionales en más de 18 países, proporcionando validación y certificación académica internacional para programas de educación continua.



DIPLOMA A OTORGAR EXECUTIVE CERTIFIED DIPLOMA

Este Diplomado Ejecutivo Certificado está desarrollado en cuatro (04) módulos de treinta (30) horas cada uno, para un total de ciento veinte (120) horas. Su objetivo es facilitar el adiestramiento y/o la actualización, sobre un tema de interés personal, profesional, empresarial u organizacional en cualquier área del conocimiento. El mismo permite desarrollar habilidades y fortalecer competencias, así como mejorar el perfil profesional en el corto plazo.

Los certificados emitidos por CEL, avalados académicamente por FGU, estarán disponibles para descarga en nuestra página web y cuentan con verificación permanente en línea a través del Sistema de Certificación CEL, usando código QR y numérico. Estos pueden ser notariados, legalizados y apostillados para su presentación legal a escala internacional.

DESCRIPCIÓN DEL DIPLOMADO

El Diplomado Ejecutivo Certificado en Marketing Digital es un programa integral diseñado para profesionales que buscan dominar la gestión estratégica empresarial y aplicar técnicas avanzadas de marketing y análisis de mercados en el entorno digital y global. El programa combina una base sólida en la planificación de negocios y el Marketing Mix con la capacidad de realizar investigación de mercados digitales y aprovechar la tecnología para lograr objetivos comerciales a escala mundial. Se adquirirá una visión integral para gestionar de forma autónoma y responsable una empresa, desarrollando competencias en segmentación, promoción, precios y la creación de una ventaja competitiva sostenible.

Este Diplomado Ejecutivo Certificado comprende cuatro (4) cursos certificados por CEL y avalado por Florida Global



CURSOS

4

1 mes cada uno

DURACIÓN

4

Meses aproximadamente

MARKETING DIGITAL

CURSO

1. GESTIÓN DE MARKETING MIX Y DE SERVICIOS

Este curso se centra en la planificación y acción estratégica de las variables de la mezcla de mercadeo. Prepara para gestionar de forma autónoma y responsable una empresa, proporcionando los conocimientos necesarios sobre economía y marketing para determinar los elementos clave en el desarrollo de una estrategia de posicionamiento específica de la compañía, especialmente en el contexto de los servicios.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

1. **Describe** como las diferencias entre los servicios afecta el comportamiento del cliente.
2. **Explica** la planeación y creación de los servicios.
3. **Analiza** la distribución en el contexto de los servicios.
4. **Distingue** la fijación de precios efectiva para el éxito financiero.
5. **Entiende** los desafíos y oportunidades de la comunicación de servicios.
6. **Conoce** las fluctuaciones de la demanda que amenazan la productividad del servicio.
7. **Analiza** el proceso de la lealtad del cliente.
8. **Analiza** el comportamiento de queja del cliente.
9. **Entiende** la integración de las estrategias de calidad, servicio y productividad.
10. **Entiende** la importancia del marketing efectivo para la creación de valor.

MARKETING DIGITAL

UNIDADES DIDÁCTICAS

- | | |
|---|--|
| 1 Nuevos Enfoques de Marketing en la Economía de | 5 Demanda y Capacidad Productiva - Diseño del Entorno de Servicios. |
| 2 Servicios: Conceptos y Distribución. | 6 Administración del Personal y las Relaciones, Creación de Lealtad. |
| 3 Modelos de Negocio - Educación de los Clientes y Promoción de la | 7 El Servicio y la Retroalimentación del Cliente. |
| 4 Servicios en Mercados Competitivos - Diseño y Administración de los | 8 Organización del Manejo del Cambio y Liderazgo de Servicios. |

CURSO

2. GESTIÓN ESTRATÉGICA EMPRESARIAL

El curso ofrece una visión general y conocimientos fundamentales sobre el entorno de la gestión estratégica de negocios. Aborda aspectos clave desde los puntos de vista administrativo, organizacional, de recursos humanos, social y de marketing, proporcionando la base conceptual para la toma de decisiones gerenciales integrales.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

1. **Establecer** los componentes de la Gestión Estratégica de las empresas.
2. **Analizar** las estrategias empresariales que se aplican en la actualidad.
3. **Evaluar** las herramientas para promover la competitividad como parte de la gestión estratégica empresarial.
4. **Determinar** la estructuración tecnológica y organizativa para la realización de diferentes operaciones a la vez sin problemas.

MARKETING DIGITAL

5. **Analizar** las herramientas para promover la competitividad como gestión estratégica empresarial para el crecimiento de la calidad de los procesos.
6. **Analizar** las herramientas para la competitividad como gestión estratégica para el crecimiento de la calidad de los procesos.

UNIDADES DIDÁCTICAS

- | | | | |
|---|---|---|---|
| 1 | Gestión y Gerencia. | 6 | 5 Claves para la Planificación Estratégica - Herramientas para Promover la Competitividad como Gestión Estratégica Empresarial. |
| 2 | Estrategias Empresariales y Planificación Estratégica. | 7 | Decisiones Empresariales dentro de la Gestión Estratégica. |
| 3 | Dimensiones de la Estrategia - Gestión Estratégica. | 8 | Elevación de la Productividad en la Gestión Estratégica |
| 4 | Matriz DOFA - Estructura de Gestión. | | |
| 5 | Estructura Tecnológica y Organizativa - Estructura Financiera y Presupuestaria. | | |

CURSO

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN MEDIOS DIGITALES

Este curso se basa en la investigación exploratoria y concluyente para comprender el comportamiento del consumidor. Enseña el uso de métodos cualitativos (entrevistas, grupos focales, etnografía) y cuantitativos (encuestas, cuestionarios) aplicados en el entorno digital. El objetivo es obtener información actual para influir en las necesidades y comportamientos de los consumidores e identificar oportunidades de negocio.

MARKETING DIGITAL

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

1. **Comprender** los conceptos asociados a la investigación de mercado a la luz de las teorías emergentes sobre la misma.
2. **Identificar** las fases para la elaboración de investigación de Mercados y la incorporación de herramientas tecnológicas en cada una de ellas.
3. **Explicar** los pasos para definir los problemas en las investigaciones de mercados mediante análisis internos, externos y situacionales.
4. **Profundizar** en el proceso de investigación de mercados mediante el uso de estrategias cualitativas y cuantitativas en el marco de los tipos de investigación de mercados existentes.
5. **Destacar** la importancia de los datos primarios y secundarios en investigación de mercados y en metodologías emergentes mediante el uso de Internet.
6. **Reflexionar** sobre los problemas técnicos y éticos en procesos de investigación de mercados sobre medios tecnológicos.
7. **Profundizar** en conceptos asociados al Neuromarketing e Inteligencia de mercado buscando la eficacia en las decisiones.
8. **Fundamentar** el uso de las redes sociales además de otros medios y herramientas tecnológicas, en los procesos de investigación de mercados.



MARKETING DIGITAL

UNIDADES DIDÁCTICAS

- | | | | |
|---|--|---|---|
| 1 | Investigación de Mercados. Conceptos Básicos. | 5 | Recogida de Datos en Investigación de Mercados. |
| 2 | El Problema en la Investigación de Mercado. | 6 | Investigación de Mercados Online. |
| 3 | El Proceso de Investigación de Mercados. | 7 | Inteligencia de Mercados. |
| 4 | Netnografía y Otras Formas de Investigación de Mercados. | 8 | Investigación de Mercados en Redes Sociales. |

CURSO

4. MERCADEO GLOBAL. APROVECHAMIENTO DE LA TECNOLOGÍA DIGITAL

El curso instruye en dos áreas fundamentales: 1) Principios básicos de marketing (segmentación, canales, promociones y precios) para desarrollar ventaja competitiva; y 2) Cómo aprovechar la tecnología impulsada por medios digitales para lograr los objetivos de marketing. Además, se enfatizan las recompensas del marketing global, la responsabilidad social y la importancia de una visión clara en el establecimiento de metas comerciales.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

1. **Definir** el papel del marketing y las relaciones entre valor de cliente y satisfacción.
2. **Describir** el rol de Internet en las estrategias de marketing de negocios.
3. **Describir** el entorno que enfrentan las empresas para ingresar en el mercado global.

MARKETING DIGITAL

4. **Identificar** las principales categorías de clientes en el mercado de negocios.
5. **Describir** los productos de negocios y su relación para conectar con los clientes.
6. **Comprender** las etapas del ciclo de vida del producto y cómo puede ser aplicado al negocio.
7. **Comprender** la relación entre la empresa y la estrategia de marketing para aprovechar las relaciones de oportunidad con el cliente.
8. **Definir** las herramientas de la comunicación y analizar los factores a tener en cuenta cuando se define el mix de comunicación.

UNIDADES DIDÁCTICAS

- | | |
|---|--|
| 1 El Marketing y la Satisfacción del Cliente. | 5 El Mix de Comunicación de Marketing. |
| 2 Marketing de Negocios Globales. | 6 Gestión de la Información de Marketing. |
| 3 Productos para el Negocio. | 7 Desarrollo de Nuevos Productos y la Fijación de Precios. |
| 4 La Estrategia de Marketing. | 8 Marketing Online. |

FLORIDA GLOBAL UNIVERSITY



Florida Global University (FGU) es una universidad Norteamericana con sede en la ciudad de Doral.

FGU está autorizada para operar y ofrecer una propuesta académica desde el año 2004 por la Comisión para la Educación Independiente del Departamento de Educación de la Florida, quién regula la educación privada en el estado de la Florida y por ende de USA.

Todo esto, amparado legalmente bajo la licencia #3180; que faculta a FGU el otorgar títulos profesionales y oficiales de Licenciaturas y Maestrías, con validez en toda la unión americana y el mundo globalizado en que vivimos hoy.

Su misión es contribuir con el desarrollo y extensión de la educación en condiciones respetuosas con las diversidades e identidades locales, fortaleciendo su presencia en la realidad educativa, cultural y social de Estados Unidos y América Latina.

Así mismo, tiene como visión convertirse en una institución profundamente comprometida con la sociedad, y servir como referente de su proyección global para la innovación e intercambio de conocimiento y cultura.

Te preparamos
para **LIDERAR** con
visión y excelencia

¡Inscríbete hoy!



@cel.education



@celeducation



info@cel.education



@cel_education



Center of Education and Leadership - CEL