



# Fundamentos de Marketing

Plan de Estudio





## Descripción

El programa Fundamentos de Marketing, ofrece las herramientas básicas necesarias para entender al consumidor, la industria, la competencia y los retos del negocio propio; para de esta manera, crear estrategias de marketing a la medida e incursionar en los canales alternos de distribución.



## Objetivos de Aprendizaje

**Los estudiantes que cursan y aprueban los cuatro módulos que componen el curso están en capacidad de:**

1. Relacionar estrategias de mercadeo tradicional y digital al negocio, reconociendo el valor agregado de la estrategia de marketing digital.
2. Aplicar los fundamentos para la gestión de un e-commerce a través de modelos de negocios y canales alternos.
3. Definir estrategias de cumplimiento de indicadores basados en análisis y valoraciones de la gestión del canal de comercio electrónico.
4. Desarrollar esquemas eficaces de integración del negocio con la cadena de valor.



## Estructura y Contenidos

El programa Fundamentos de Marketing cuenta con cuatro módulos que abordan diferentes aspectos relacionados con el negocio, la marca y la estrategia digital. A continuación te ofrecemos la estructura de nuestra certificación:

### **01 - Fundamentos de mercadeo tradicional y digital**

---

#### **Descripción:**

Este módulo presenta los aspectos básicos de los objetivos de negocio y la estrategia de mercadeo tanto tradicional como digital.

---

#### **Objetivos:**

1. Diagnosticar la situación actual del negocio como insumo para la estrategia de mercadeo (características, expectativas, consumidor, competencia, presupuesto).
2. Diferenciar los elementos de la estrategia de mercadeo digital.
3. Relacionar estrategias de mercadeo tradicional y digital al negocio.
4. Explicar el valor agregado de la estrategia de marketing digital en el negocio.
5. Definir los objetivos de afinidad con la audiencia.

## 02 - Fundamentos del E-commerce

---

### Descripción:

En este módulo conocerás los fundamentos básicos para comprender el mundo del comercio electrónico y la forma como este funciona, además de sus diferencias y similitudes con el comercio tradicional y las técnicas de mercadeo aplicadas a esta nueva modalidad de negocio. Así mismo, estarás en la capacidad de desarrollar una serie de acciones de alta efectividad que te permitirán esbozar las bases de una estrategia de comercio electrónico integral y exitosa.

---

### Objetivos:

1. Evaluar la situación actual del negocio como insumo para la creación del canal de comercio electrónico.
2. Construir la estructura, los recursos y procesos para la creación del canal de comercio electrónico.
3. Identificar buenas prácticas para el cumplimiento de actividades involucradas en el proyecto de comercio electrónico.
4. Establecer canales alternos para la gestión de un e-commerce.

## 03 - Análisis del negocio

---

### Descripción:

En este módulo conocerás la importancia de realizar un análisis del negocio y la forma como podrás llevar a cabo dicho proceso. Esto garantizará que tu marca no solo tendrá la capacidad de realizar campañas de venta y mercadeo atractivas, sino que también podrá analizar dichas campañas y estrategias con el objetivo de establecer mejoras y modificaciones en los procesos de la empresa.

---

### Objetivos:

1. Validar el cumplimiento de objetivos del proyecto de comercio electrónico.
2. Analizar la oferta de producto actual dentro del canal de comercio electrónico.
3. Realizar informes de gestión del canal.
4. Evaluar efectividad de la estrategia digital.

## 04 - Integración del negocio con la cadena de valor

---

### Descripción:

En este módulo aprenderás el concepto de cadena de valor y la importancia que este tiene en el esquema de operación de un negocio y en su planeación estratégica a futuro. Así mismo, estarás en la capacidad de desarrollar una serie de acciones de alta efectividad que te permitirán brindar a los consumidores de la marca, un valor agregado por medio de estrategias de mejora, outsourcing, inbound marketing, entre otras.

## Objetivos:

1. Construir el esquema de operación del negocio para cada una de las áreas.
2. Establecer un modelo de cooperación y participación con otros negocios para aumentar el alcance de audiencias.
3. Integrar las áreas del negocio de manera que garanticen el cumplimiento de objetivos de la campaña de inbound marketing.
4. Medir por indicadores el desempeño de cada una de las áreas.
5. Desarrollar estrategias para las áreas de mejora.



## Proyectos Finales

Módulos	Proyecto Final
<b>01 - Fundamentos de marketing tradicional y digital</b>	Analizar el caso de una empresa y proponer una estrategia de mercadeo.
<b>02 - Fundamentos de E-commerce</b>	Proponer una estrategia de mercadeo a partir del análisis de un caso presentado.
<b>03 - Análisis del negocio</b>	Realizar un análisis de la oferta, el cumplimiento de objetivos y la oferta actual de un e-commerce.
<b>04 - Integración del negocio con la cadena de valor</b>	Desarrollar un plan de integración de la estrategia de marketing con la cadena de valor del negocio.