

Nuestra pregunta

Pregunta general: ¿por qué las empresas necesitan una estrategia digital?

En la nueva economía, el mundo digital es la base de la consolidación de una sociedad en progreso. Estamos viendo cómo día a día surgen nuevas empresas digitales y también como muchas de las empresas tradicionales empiezan a transformarse y a adoptar modelos digitales centrados en la innovación como valor estratégico.

Sumado a esto, el cambio generacional muestra una nueva sociedad más conectada y más integrada a la economía pero sobretodo más innovadora. Las empresas no solo necesitan mercadeo digital, también necesitan estrategia digital, gerencia digital y competencias digitales que ayuden a asumir el reto de cara a la nueva década que impulsará aún más los negocios basados en internet. Imaginemos el mundo en 10 años, en el 2028 seguramente mucho de lo que hacemos hoy y cómo lo hacemos habrá cambiado drásticamente. Hace tan solo 10 años, veíamos el comercio electrónico como una ola en ascenso, hoy es una realidad de muchas empresas que dependen directamente de este canal de venta. El mercadeo digital es hoy en día la disciplina transversal que sirve como hoja de ruta y agilizador de los negocios digitales, que se presenta como una de las especializaciones de profesión con más impacto. El dominio de plataformas como Google y Facebook, la llegada del mundo móvil y las apps, y la migración masiva de audiencias al escenario *online*, hacen que el mercadeo digital sea la palanca para desarrollar los modelos actuales de negocios y presentar alternativas para nuevos emprendimientos.

Eje 1. ¿Cuáles son los cambios de las empresas y del mercadeo en la era digital?

La evolución digital es el producto de la aceleración del entorno en que vivimos, cada 3 años estamos viendo cómo surgen nuevos emprendimientos con modelos de negocio innovadores y transformadores. Hablar de cambio es también indagar sobre cómo se producen esos cambios dentro de las empresas, el mercadeo digital ha llegado para ser parte de ese motor de cambio al potencializar disciplinas alternas y utilizar las competencias humanas como elementos diferenciadores. En este bloque de contenido, aprenderemos cómo desde el mercadeo se pueden orientar los cambios que surgirán en los negocios y desde un punto de vista gerencial como darles una estructura de ejecución.

Eje 2. ¿Cómo se pueden captar los consumidores digitales según el tipo de negocio?

El mercadeo digital provee amplias herramientas para el desarrollo de negocios, algunas de ellas son las que nos ayudan en los procesos de segmentación y captación de nuevos clientes. Esto sin lugar a dudas, nos lleva a un escenario donde el paradigma tradicional de mercadeo de contactos, cambia hacia un modelo estructurado de *big data* y definición de alcance y frecuencia. En este bloque de pensamiento abarcaremos los principales escenarios de captación y su utilización dentro de la estrategia de mercadeo.

Ejemplo de esto es la publicidad programática, que permite trabajar ampliamente la segmentación de clientes y analizar los comportamientos de los prospectos. La posibilidad de trabajar estrategias de captura de clientes más allá de los modelos tradicionales, constituye un gran salto no solo para la gerencia de mercadeo, sino para la dirección y administración general de negocios.

Eje 3. ¿Cómo desarrollar el proceso de transformación y adaptación de la organización a la economía digital?

En el camino de expansión de las empresas, la premisa de transformarse o desaparecer cobra más vigencia en esta era digital. Por tal razón, entender como una empresa debe afrontar los procesos de integración y adaptación de nuevas tecnologías nos orientará a una toma de decisiones certera y estratégica. Las empresas que decidan emprender un proceso de transformación digital, deben tener en cuenta que las premisas de aseguramiento del negocio serán directamente responsabilidad de la ejecución, razón de peso para analizar todas las variables con las que se edifican los procesos empresariales de administración, gestión de recursos, innovación y actividad comercial.

La temática en la que nos enfocaremos es entender cómo se pueden desarrollar estas acciones, apoyadas en la tecnología y el papel que juega el mercadeo digital para impulsar las acciones de transformación digital.

Eje 4. ¿Cómo integrar los procesos corporativos en un plan de empresa digital?

Cómo último eslabón, analizaremos las técnicas que nos permitirán la integración de los procesos corporativos de cara a las acciones del entorno digital. Construir un camino de empresa, requiere no solo de la visión del negocio en todos los estamentos, sino dirimir entre aquellos procesos de carácter estratégico y aquellos que son soporte de las operaciones. Si bien ambos tipos son necesarios, la integración parte de marcos de definiciones y políticas estructurales hacia donde avanzar en un esquema de potencialización empresarial.

Los gerentes y directivos que desarrollen competencias digitales enfocadas en el entorno de integración garantizarán una eficiencia y eficacia en el ecosistema digital con un alto grado de impacto en los clientes y toda la cadena de valor.

Se pretende que los estudiantes logren identificar los marcos estratégicos de la formación de competencias digitales y gerencia digital. Estos ejes temáticos en la actualidad son los escenarios de acción del gerente de mercadeo digital, quien ve más allá de las estrategias de comunicación y publicidad. El impacto que generan estas temáticas está dado por el alcance en términos de conocimiento y aplicabilidad práctica que el gerente podrá dar a las áreas que bajo su gestión manejará de forma estratégica.

Las **competencias** que desarrollaremos en este curso son

- Aplica la innovación y los modelos de negocios en los procesos de mercadeo dentro de las organizaciones, apoyado en diferentes herramientas de mercadeo y las nuevas tecnologías, buscando estar a la vanguardia.
- Implementa los diferentes tipos de innovación teniendo en cuenta modelos de negocio para dar solución a problemas específicos del mercado apoyado en las nuevas tecnologías.
- Utiliza de forma efectiva las nuevas tecnologías para impactar en grupos de consumidores inmersos en el entorno digital.

Como propósito general se pretende que, con el recorrido por el módulo, el estudiante se desarrolle como un gerente estratégico de mercadeo digital, mediante el aprendizaje y práctica de las metodologías asociadas a la gestión y gerencia de los negocios.