



H. CONSEJO DEL SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

Presente

A las Comisiones de Educación y Hacienda del H. Consejo del Sistema de Universidad Virtual, la Rectora de esta dependencia ha tomado la propuesta del plan de estudios del Diplomado de **Marketing Digital** que imparte el Sistema de Universidad Virtual, de conformidad con los siguientes:

RESULTANDOS

- 1) Que el Sistema de Universidad Virtual, de conformidad con su Estatuto Orgánico, desde su creación ha impulsado la educación para toda la vida a través del Programa de Educación Continua.
- 2) Que la Unidad de Promoción remitió a la Rectoría del Sistema de Universidad Virtual, la propuesta de aprobación del plan de estudios del Diplomado de Marketing Digital el cual se ofertó desde 01 de septiembre de 2017.
- 3) Que el Diplomado tiene una duración de 180 horas y se oferta en la modalidad correspondiente, de conformidad con la demanda.
- 4) Que del expediente se desprenden los elementos que justificaron la creación del Diplomado, entre los que se encuentran:

En los últimos años se ha hecho cada vez más evidente el impacto de las Tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la vida cotidiana. En lo respectivo al Marketing como proceso social y administrativo de creación e intercambio de valor en una economía, su transformación digital ha sido vertiginosa, desarrollando estrategias y acciones de publicidad, comercialización, comunicación y relaciones públicas en las que se suman nuevas herramientas tales como los buscadores, las redes sociales, las páginas web, los blogs, el correo electrónico y los dispositivos móviles.

Con el objetivo de formar y actualizar a profesionistas que tengan interés por el desarrollo y evaluación de dichas estrategias en medios digitales para generar posicionamiento y rentabilidad de negocio en un mercado objetivo se propone el diseño e impartición del Diplomado en Marketing Digital.

Dicho diplomado se define en 5 módulos permitirán al participante, desarrollar las siguientes competencias:

1. Analizar la evolución de la mercadotecnia tradicional (marketing 1.0) a la mercadotecnia de relaciones con el uso de herramientas digitales (marketing 4.0).
2. Comprender y aplicar los conceptos de "branding" y "posicionamiento" en un caso real dentro del ámbito online.
3. Gestionar estrategias de social media (medios y redes sociales) como mecanismos de comunicación y valor de marca.
4. Conocer y poner en práctica en un proyecto real diversas estrategias digitales en el área del marketing.
5. Diseñar un plan de marketing digital aplicado a una empresa, marca o proyecto personal de elección.



- 5) Que se cuenta con la planta académica necesaria para el desarrollo del programa.
- 6) Que se tienen los recursos propios para el desarrollo e implementación del Diplomado de Marketing Digital.
- 7) Que el Diplomado se ofrece por medio de la Unidad de Promoción del Sistema de Universidad Virtual.
- 8) Que esta propuesta fortalece el Programa de Educación Continua de la Universidad de Guadalajara y, en forma particular, del Sistema de Universidad Virtual; entre cuyos objetivos está brindar actualización para sus egresados, para diversos sectores de la sociedad y para el público en general, dentro del marco de referencia de educación para toda la vida.
- 9) Que los integrantes de las Comisiones de Educación y Hacienda de este H. Consejo del Sistema de Universidad Virtual, están de acuerdo en aprobar el presente dictamen, de conformidad con lo antes expuesto y con el siguiente marco jurídico:

CONSIDERANDOS

- 1) La Universidad de Guadalajara es un organismo público descentralizado del Gobierno del Estado de Jalisco, con autonomía, personalidad jurídica y patrimonio propio, de conformidad al artículo 1º de su Ley Orgánica, promulgada por el Ejecutivo del Estado con fecha 15 de enero de 1994, en ejecución del Decreto número 14319 del H. Congreso del Estado de Jalisco.
- 2) Como lo señalan las fracciones I, II y IV del artículo 5º de la Ley Orgánica de la Universidad de Guadalajara, son fines de esta Casa de Estudios, la formación y actualización de los técnicos, bachilleres, técnicos profesionales, profesionistas, graduados y demás recursos humanos que requiere el desarrollo socioeconómico del Estado; organizar, realizar, fomentar y difundir la investigación científica, tecnológica y humanística; además de coadyuvar con las autoridades educativas competentes en la orientación y promoción de la educación media superior y superior, así como en el desarrollo de la ciencia y la tecnología.
- 3) Es atribución de la Universidad de Guadalajara realizar programas de docencia, investigación y difusión de la cultura, de acuerdo con los principios y orientaciones previstos en el artículo 3º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- 4) De acuerdo con el artículo 22 de la Ley Orgánica, la Universidad de Guadalajara adoptará el modelo de Red para organizar sus actividades académicas y administrativas.
- 5) El Sistema de Universidad Virtual fue creado el 1º de enero de 2005 por el H. Consejo General Universitario, mediante dictamen número I/2004/372 aprobado en la sesión extraordinaria del 16 de diciembre de 2004.
- 6) Como se señala en el artículo 2º de su Estatuto Orgánico, el Sistema de Universidad Virtual es un órgano desconcentrado de la Universidad de Guadalajara, encargado de ofrecer, administrar y desarrollar



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL
CONSEJO DEL SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

programas educativos en la modalidad virtual, en los niveles medio superior y superior, así como realizar actividades de investigación, extensión y difusión de la cultura.

- 7) El Consejo del Sistema de Universidad Virtual, según lo dispone la fracción V del artículo 13 de su Estatuto Orgánico, tiene atribuciones para aprobar los cursos de actualización y diplomados.
- 8) El Consejo del Sistema de Universidad Virtual funciona en pleno o por las comisiones que establezca de acuerdo con sus necesidades, según lo señala el artículo 14 de su Estatuto Orgánico. Entre las comisiones del Consejo se encuentran la de Educación y Hacienda.
- 9) De acuerdo con el artículo 27 del Reglamento de Cursos de Actualización y Diplomados de la Universidad de Guadalajara, el H. Consejo del Sistema de Universidad Virtual es competente para aprobar los diplomados y cursos de actualización.
- 10) El Rector del Sistema de Universidad Virtual es la primera autoridad ejecutiva y tiene la atribución de ejecutar los acuerdos y dictámenes del H. Consejo de esta dependencia universitaria, de conformidad con el artículo 15 y 18 fracción XIII del Estatuto Orgánico del Sistema de Universidad Virtual.

Por lo anteriormente expuesto y con fundamento en los artículos 1º, 5º fracciones I, II y IV, 6º fracciones III y XII, 21 fracción VII de la Ley Orgánica; 22 al 34 del Reglamento de Cursos de Actualización y Diplomados, así como los artículos 2º, 13 fracción V, 14, 15 y 18 del Estatuto Orgánico del Sistema de Universidad Virtual, nos permitimos proponer los siguientes:

RESOLUTIVOS

PRIMERO. Se aprueba la creación del Diplomado de **Marketing Digital** para ser operado por la Unidad de Promoción del Sistema de Universidad Virtual en la modalidad en línea, presencial o semipresencial.

SEGUNDO. Se aprueban como objetivos y contenidos del Diplomado, los siguientes:

Comprender y aplicar los principios, estrategias y herramientas del marketing a través de Internet y las nuevas tecnologías de información y comunicación, considerando su vinculación con las estrategias de la empresa.

Módulo 1. Marketing en Medios Digitales

- Fundamentos de Marketing
- Del Marketing 1.0 al Marketing 4.0
- Marketing Online vs Marketing Offline

Módulo 2. Branding y Posicionamiento

- Identidad de marca, Competencia y Mercado
- Percepción y valor de marca
- Posicionamiento de marca

Módulo 3. Social Media Marketing

- Las redes sociales y su impacto digital



- Community Management y Community Manager
- Benchmarking en redes sociales
- Creación de contenido para redes sociales
- Plan de redes sociales

Módulo 4. Estrategias Digitales

- Tendencias digitales y su aplicación en el marketing
- Legislación aplicable al marketing digital
- Estadísticas web para la toma de decisiones (Web Analytics)
- Google Adwords
- E-Mailing
- Content Marketing
- Diseño de la Estrategia Digital

Módulo 5. Planeación del Marketing Digital

- Atracción de target pasivo digital
- Atracción de target pro-activo
- Influencer Strategy
- Evaluación de la estrategia digital (KPI's y ROI)
- Conversión de leads en clientes

TERCERO. Se aprueba como duración del diplomado un total de 180 horas.

CUARTO. Las fechas de impartición del Diplomado, así como los cupos mínimos y máximos, serán determinados por la Rectoría del Sistema de Universidad Virtual, a propuesta de la Unidad de Promoción.

QUINTO. Los participantes deberán realizar un pago de 142.0286 Unidades de Medida de Actualización (UMA).

SEXTO. Para la expedición de la respectiva constancia del Diplomado, se requiere que el participante cumpla con el 80% de las actividades de aprendizaje programadas.

SÉPTIMO. Los recursos humanos y materiales destinados para la operación de este Diplomado serán los que determine la Rectoría de conformidad con el presupuesto con el que cuenta el Sistema.

OCTAVO. Facúltese a la Rectora del Sistema de Universidad Virtual para que, con fundamento en el artículo 18 fracción XIII del Estatuto Orgánico del Sistema de Universidad Virtual, ejecute el presente dictamen.

Así lo resolvieron y firmaron para constancia los miembros de las Comisiones de Educación y Hacienda del H. Consejo del Sistema de Universidad Virtual.

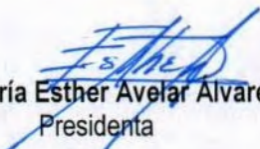


UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

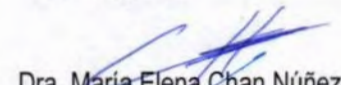
SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL
CONSEJO DEL SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

Dictamen SU/072/2019

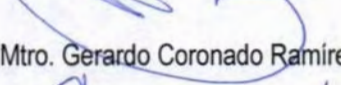
Atentamente
"Piensa y Trabaja"
Guadalajara, Jalisco, 08 de abril de 2019
Las Comisiones conjuntas de Educación y Hacienda



Dra. María Esther Avelar Álvarez
Presidenta

Comisión de Educación

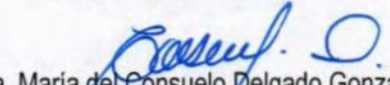

Dra. María Elena Chan Núñez

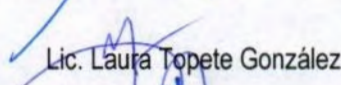

Mtro. Gladstone Oliva Íñiguez

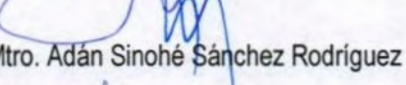

Mtro. Gerardo Coronado Ramírez



Dra. Dolores del Carmen Chinas Salazar


Comisión de Hacienda


Mtra. María del Consuelo Delgado González


Lic. Laura Topete González


Mtro. Adán Sinoché Sánchez Rodríguez


Dra. María del Roble García Treviño


Dr. Jorge Alberto Balpuesta Pérez
Secretario de Actas y Acuerdos