

**1. DATOS GENERALES DEL CURSO**

<b>Nombre del curso</b>	Proyecto VI				
<b>Programa al que pertenece</b>	Licenciatura en Mercadotecnia Digital				
<b>Área de formación</b>	Especializante Obligatoria				
<b>Clave de la materia</b>	17747		<b>Créditos</b>	12	
<b>Horas totales del curso</b>	175	<b>Horas Teoría</b>	0	<b>Horas Práctica</b>	175
<b>Fecha de diseño del curso</b>	30/11/2021		<b>Fecha de actualización del curso</b>	30/11/2021	

**2. COMPETENCIA**

El estudiante plantea estrategias de mercadotecnia, en medios digitales, para el posicionamiento de una marca en el mercado, de manera efectiva y creativa.

**3. PRODUCTO INTEGRADOR**

<b>Descripción</b>	El alumno realizará un plan de posicionamiento digital para una marca, a partir de los recursos obtenidos durante las fases de la materia, el alumno elegirá una organización para realizar un análisis de la situación inicial de su marca y cómo puede mejorar el posicionamiento de la misma, tomando como base, diversas estrategias, herramientas y medios digitales.
--------------------	--

**4. RECORTE DE CONTENIDO**

	<b>Fase 1</b>	<b>Fase 2</b>	<b>Fase 3</b>	<b>Fase 4</b>	<b>Fase 5</b>	<b>Fase 6</b>
<b>Título</b>	Introducción y conceptos de Branding	Diagnóstico de la organización y de la marca	Objetivos, estrategia y actividades estratégicas del Branding Digital	Herramientas y elementos del Branding Digital	Calendarización de contenidos de Branding Digital	Brand Health



<b>Objetivo</b>	Identificar los conceptos básicos del Branding, en medios digitales.	Analizar el estado de una organización en el mercado, así como su posicionamiento de marca.	Plantear los objetivos, la estrategia y actividades estratégicas del Branding Digital para una organización.	Definir los componentes de la estrategia de Branding Digital y sus herramientas, para el logro de los objetivos de la marca.	Proponer los contenidos y el programa de actividades, de la estrategia de Branding Digital.	Elaborar una propuesta de medición y evaluación de resultados de la estrategia de Branding Digital.
<b>Contenido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué es una marca?</li> <li>• Tipos de marcas</li> <li>• Modelo Olins</li> <li>• Awareness</li> <li>• Emotional Branding</li> <li>• Lovemarks</li> <li>• Posicionamiento</li> <li>• Funnel de marca</li> <li>• Storytelling para marcas</li> <li>• Branding y Medios Digitales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El Branding en una organización</li> <li>• La marca y la propiedad intelectual</li> <li>• Hábitos de consumo digital</li> <li>• Brief de Branding Digital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objetivos S.M.A.R.T.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Objetivo General</li> <li>- Objetivos Específicos</li> </ul> </li> <li>• Herramientas del Branding Digital</li> <li>• Elementos de una estrategia de Branding Digital</li> <li>• Estrategias de Branding Digital</li> <li>• Actividades estratégicas para el logro de objetivos</li> <li>• Planificación del Branding</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sitio web y blog.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Palabras clave</li> <li>- Volúmen de búsqueda</li> <li>- Redacción y contenido</li> </ul> </li> <li>• Content Marketing                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elementos para contenidos en medios digitales</li> <li>- Contenido digital para campañas de branding</li> <li>- Copywriting</li> <li>- El consumidor como co-creador de la marca.</li> </ul> </li> <li>• Email marketing.</li> <li>• Posicionamiento SEO                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog</li> <li>- Optimización web</li> <li>- SEO on page</li> <li>- SEO off page</li> <li>- Landing y secciones web</li> </ul> </li> <li>• Posicionamiento SEM (Performance Marketing)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Palabras clave</li> <li>- Google search</li> <li>- Display</li> <li>- Youtube</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definición de contenidos</li> <li>• Calendarización de contenidos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• KPI's</li> <li>• Métricas y Monitoreo</li> <li>• Evaluación y optimización</li> <li>• Fidelización de clientes</li> </ul>



				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad y anuncios en redes sociales <ul style="list-style-type: none"> <li>- Redes sociales y su función publicitaria</li> <li>- Anuncios y segmentación.</li> <li>- Construcción de comunidades en redes sociales.</li> <li>- Viralidad en redes sociales</li> </ul> </li> <li>• Relaciones públicas online <ul style="list-style-type: none"> <li>- Líderes de opinión</li> <li>- Influencers</li> <li>- Buzz marketing</li> <li>- Patrocinios</li> </ul> </li> </ul>		
--	--	--	--	--	--	--

**5. PRERREQUISITOS**

<b>Obligatorios</b>	Proyecto IV
<b>Recomendados</b>	Mix de Comunicación Digital, Medios BTL, e-Business

**6. PERFIL DEL DOCENTE PARA IMPARTIR EL CURSO**

Profesor con nivel Licenciatura o Posgrado de cualquier carrera económico administrativa, diseño gráfico, comunicación gráfica, publicidad o afín, que cuente con conocimientos sobre Branding y posicionamiento de marcas, enfocado principalmente a mercados digitales.