



1. EVENTO	
Nombre del curso o diplomado:	CURSO CONSUMIDORES DIGITALES NUEVAS TENDENCIAS Y HERRAMIENTAS: DE LO BÁSICO AL METAVERSO.
Objetivo General:	Comprender el comportamiento del consumidor digital con el fin de definir, analizar e implementar estrategias oportunas del marketing en el mundo digital.
Objetivos específicos:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entender el comportamiento de los consumidores en mundo tradicional y digital. 2. Conocer los procesos psicológicos inmersos en consumo. 3. Evidenciar nuevas tendencias de los consumidores digitales. 4. Usar técnicas y herramientas para comprender el comportamiento del consumidor digital. 5. Crear estrategias oportunas para consumidores digitales.
Duración del curso o diplomado (número de horas):	Curso on line de 32 horas Lunes-viernes 7-9 p.m.

2. RESUMEN (Justificación de la propuesta)

Los procesos de socialización, decisión y compra de los consumidores han tomado cada día más fuerza dentro del mundo digital, por lo que el marketing ha considerado que es un espacio determinante para estar en contacto con sus consumidores y lograr servirlos de manera más oportuna e inmediata.

Después del confinamiento y debido a la pandemia, toma más fuerza este espacio, por lo que es de vital importancia que los profesionales de diferentes áreas conozcan y comprendan el consumo en el mundo digital, sus características, actores y entornos con el fin de crear estrategias oportunas no solo para las empresas o las marcas, sino para que el marketing tome un papel más responsable con el consumidor, centro y eje de la razón del nuevo marketing 5.0 que propone que la tecnología está al servicio de la humanidad.

3. VALORES AGREGADOS O DIFERENCIADORES DEL PROGRAMA

1. ¿Por qué es importante este curso?

Este curso es importante porque el estudiante comprende el comportamiento del consumidor y el proceso de consumo en entornos digitales, claves para la creación de estrategias oportunas y más responsables socialmente.

2. ¿Cómo mejora la labor profesional de los participantes?

La labor profesional de los participantes mejora al tener la comprensión del comportamiento de los consumidores, sus procesos psicológicos, su manera de pensar, sentir y actuar dentro de entornos digitales, lo que evidencia como se da el consumo y cómo se comportan los consumidores en los diferentes entornos digitales, espacios de las tribus y culturas digitales emergentes.

3. ¿Qué problema soluciona?

Los profesionales que tomen el curso están mejorando sus estrategias digitales, haciendo un marketing mucho más responsable socialmente conociendo a profundidad el comportamiento de los consumidores.

4. ¿Cuáles son los valores agregados o diferenciadores del programa?

- Conocimiento de comportamiento de consumidores
- Comprensión de procesos psicológicos
- Análisis de tendencias
- Manejo de herramientas digitales
- Estrategias de marketing digital con sentido social.

4. PÚBLICO OBJETIVO

Dirigido a:

Todos los profesionales relacionados con psicología, marketing y aquellos que tomen decisiones gerenciales como administradores, negociadores, ingenieros y demás profesiones relacionadas con la comprensión de consumidores y entornos digitales.

Fechas de inicio y finalización:

1 de Agosto al 23 de Agosto

Número de participantes:

Ilimitado

5. ESTRUCTURA POR MÓDULOS

MODULOS	FECHA	OBJETIVOS	CONTENIDOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
Bienvenida e introducción		Introducir el tema del comportamiento de consumidor	Generalidades. Antecedentes. Orígenes. Desarrollo. Evolución del comportamiento del consumidor.	Comprende el comportamiento del consumidor
Introducción		Introducir el tema del comportamiento de consumidor	Psicología del consumidor. Comportamiento del consumidor. Ética y responsabilidad social	Comprende el comportamiento del consumidor
Procesos psicológicos en consumo		Conocer los procesos psicológicos inmersos en consumo.	Proceso de Toma de decisiones	Conoce el proceso de toma de decisiones del consumidor
Procesos psicológicos en consumo		Conocer los procesos psicológicos inmersos en consumo.	Proceso de percepción y actitud	Conoce el proceso de percepción y actitud del consumidor

Procesos psicológicos en consumo		Conocer los procesos psicológicos inmersos en consumo.	Proceso cultural y grupos de referencia	Conoce el proceso cultural y de grupo de referencias del consumidor
Procesos psicológicos en consumo		Conocer los procesos psicológicos inmersos en consumo.	Proceso de memoria y personalidad	Conoce el proceso de toma de memoria y personalidad
Procesos psicológicos en consumo		Conocer los procesos psicológicos inmersos en consumo.	Proceso de aprendizaje	Conoce el proceso de aprendizaje del consumidor
Consumidor en ambiente tradicional y digital		Entender el comportamiento de los consumidores en mundo tradicional y digital.	Consumidores en entornos tradicionales	Comprende al consumidor en entorno tradicional
Consumidor en ambiente tradicional y digital		Entender el comportamiento de los consumidores en mundo tradicional y digital.	Consumidores en entornos digitales Tipos y características	Comprende al consumidor en entorno digital
Nuevas tendencias y herramientas		Evidenciar nuevas tendencias de los consumidores digitales.	Tendencias en buscadores y plataformas.	Maneja las tendencias del consumidor digital en buscadores y plataformas
Nuevas tendencias y herramientas		Usar técnicas y herramientas para comprender el comportamiento del consumidor digital.	Customer Journey.	Aplica herramientas para comprender el comportamiento del consumidor digital.
Nuevas tendencias y herramientas		Usar técnicas y herramientas para comprender el comportamiento del consumidor digital.	Benchmarking digital,	Aplica herramientas para comprender el comportamiento del consumidor digital.

DOCUMENTO CONTROLADO

Nuevas tendencias y herramientas		Usar técnicas y herramientas para comprender el comportamiento del consumidor digital.	Netnografía en marketing digital,	Aplica herramientas para comprender el comportamiento del consumidor digital.
De lo básico al Metaverso y los consumidores en los entornos virtuales		Crear estrategias oportunas para consumidores digitales.	El Metaverso y los consumidores en los entornos virtuales	Conoce el comportamiento en entornos virtuales y crea estrategias socialmente responsables.

***Puede agregar más filas, de acuerdo al número de módulos que contenga el Diplomado**

6. ESTRUCTURA DETALLADA

NOMBRE DEL DOCENTE O TUTOR	MÓDULOS	SESIONES	Nº DE HORAS PRESENCIALES	Nº DE HORAS SÍNCRONICAS	Nº DE HORAS ASÍNCRONICAS
Ana María Córdoba Acosta	Introducción y generalidades	2 sesiones de 2 horas cada una	0	4	0
Ana María Córdoba Acosta	Procesos psicológicos en consumo	6 sesiones de 2 horas cada una	0	12	0
Luisa de los Ángeles betancourt Castro	Consumidores en entornos tradicionales y digitales	2 sesiones de 2 horas cada una	0	4	0
Luisa de los Ángeles betancourt Castro	Nuevas tendencias y herramientas en comportamiento de consumidor	4 sesiones de 2 horas cada una	0	8	0
Luisa de los Ángeles betancourt Castro	De lo básico al Metaverso y los consumidores en los entornos virtuales	2 sesiones de 2 horas cada una	0	4	0
TOTAL DE HORAS PROPUESTAS			0	32	0

***Puede agregar más filas, de acuerdo al número de módulos que contenga el Diplomado.**

7. METODOLOGIA

Metodología activa participativa, análisis de casos, solución de problemas, análisis de textos, videos y documentales; debate sencillo; exposición, desarrollo de talleres cooperativos y colaborativos.

8. EVALUACIÓN

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE DE CALIFICACIÓN
Aprendizaje autónomo	20%
Aprendizaje colaborativo	30%
Estrategia final aplicada a un caso	50%
Total	100%

***Esta sección solo se debe diligenciar cuando el programa contemple evaluaciones.**

9. PERFIL DEL DIRECTOR



Luisa de los Ángeles Betancourt Castro

Candidato a Doctor en Administración Universidad de Celaya, México. Magíster y Especialista en Psicología del Consumidor, Psicóloga y Técnico Profesional en Diseño Publicitario. Amplia experiencia en docencia y capacitaciones a nivel empresarial y de centros educativos, con fortaleza en proyectos sociales.

10. PERFILES DE LOS CONFERENCISTAS

Ana María Córdoba Acosta

Coach – Docente – Consultora. Psicóloga con MBA en Administración. Motivada por el servicio que promueva crecimiento personal y desarrollo social y empresarial, cuento con más de 13 años de experiencia en planeación, ejecución y control de procesos de desarrollo humano y empresarial, e impacto en las cadenas de servicio de organizaciones a nivel nacional y de diferentes sectores, públicas y privadas,

Luisa de los Ángeles Betancourt Castro

Candidato a Doctor en Administración Universidad de Celaya, México. Magíster y Especialista en Psicología del Consumidor, Psicóloga y Técnico Profesional en Diseño Publicitario con alto desempeño en investigación mixta. Amplia experiencia en docencia y capacitaciones a nivel empresarial y de centros educativos, con fortaleza en proyectos sociales