

Diplomado Avanzado en: Marketing Estratégico y Transformación Digital

90
horas

BLENDED

Presentación

El mercado cambió las reglas: hoy las empresas no buscan “expertos en herramientas”, buscan líderes capaces de unir **estrategia, digital y creatividad** para construir valor real y relaciones duraderas con sus clientes.

Este diplomado te da una visión integral para liderar marketing en entornos volátiles, incorporando tecnologías que ya mandan la parada; **IA generativa, análisis predictivo y automatización**, para que no solo te adaptes, sino **diseñes el futuro del marketing sostenible**.

Objetivos del Programa

GENERAL

Diseñar estrategias y tácticas de marketing para entornos dinámicos, transformando la volatilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad en oportunidades concretas para crear ventajas competitivas duraderas.

ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el estudiante estará en capacidad de:

1. Implementar metodologías de inteligencia de marketing para identificar oportunidades de crecimiento y diferenciación.
2. Diseñar ecosistemas de experiencia omnicanal centrados en el cliente que maximicen el customer lifetime value.
3. Aplicar tecnologías emergentes como IA, machine learning y automatización para optimizar procesos de marketing y potenciar resultados.
4. Integrar estrategias de sostenibilidad y marketing responsable para conectar con consumidores cada vez más conscientes y exigentes.
5. Desarrollar métricas y KPIs avanzados que demuestren el impacto del marketing en la rentabilidad y crecimiento del negocio.

Perfil del Interesado



Personal de salud, incluye:

- Directores y gerentes de marketing, comercial, comunicaciones o áreas afines
- Profesionales de otras áreas que deseen profundizar en el marketing estratégico
- Consultores y asesores en marketing que busquen actualizar sus conocimientos
- Gestor de proyectos y consultor senior en MarTech
- Director de su propia empresa y/o startup

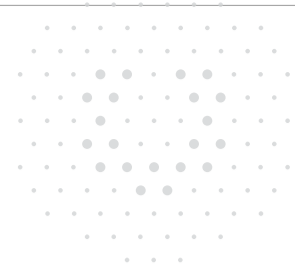
KEYWORDS

Mercadeo, Mercadeo Digital, Experiencia de Usuario, Inteligencia de Mercadeo, Analítica, Inteligencia Artificial, Branding, Retail, Marcas con propósito.

Metodología

Un enfoque experiencial para que lo que aprendas se convierta en decisiones, entregables y resultados reales.

- **Aprendizaje basado en retos:** Los participantes trabajarán en la resolución de casos y retos empresariales reales aportados por empresas aliadas de la Universidad Ean.
- **Sesiones con líderes de la industria:** Cada módulo contará con la participación de directivos y expertos reconocidos del sector que compartirán casos de éxito y mejores prácticas.
- **Laboratorios prácticos de marketing digital:** Espacios de experimentación con herramientas de IA, analítica y automatización aplicadas al marketing.
- **Metodologías ágiles:** Implementación de Design Thinking, Scrum y Lean Startup para el desarrollo de estrategias de marketing innovadoras.
- **Business simulation:** Simulación de entornos competitivos para la toma de decisiones estratégicas en tiempo real.
- **Proyecto integrador:** Desarrollo de un plan de marketing estratégico aplicado a la organización del participante o a un proyecto emprendedor, homologable por créditos en nuestros programas de posgrado.



Módulo

1

Estrategia y Transformación del Marketing.

Temas:

- El nuevo rol del Chief Marketing Officer – CMO
- Creación de propuestas de valor diferenciales
- Liderazgo transformacional y gestión del cambio
- Marketing consciente y construcción de marcas sostenibles
- **Sesión presencial 1:** Networking, Brands y Vinos: Marca Personal en la Era Digital



22h

Módulo

2

Customer Intelligence y Analytics.

Temas:

- Análisis Predictivo y Data-Driven Marketing con IA
- Analytics avanzado para marketing
- Inteligencia artificial y machine learning en marketing
- Customer Insights avanzados



18h

Módulo

3

Brand Experience Management.

Temas:

- Ecosistemas de marketing digital integrado
- Omnicanalidad y customer journey orchestration
- Customer Experience Management (CXM)
- Customer Success y marketing de retención
- **Sesión presencial 2:** Experiencia del Cliente en el Mercado de Lujo



20h

Módulo

4

Estrategias de Growth y Transformación Digital.

Temas:

- Growth Hacking y IA: Estrategias y Tácticas
- IA para Automatización de Contenidos y Marketing de Contenidos
- Optimización de Experiencias y Embudos con IA
- Ética, Privacidad y Regulaciones en el Uso de IA
- Implementación y Estrategia de Transformación Digital con IA, diseño de roadmap y metodologías ágiles



20h

Módulo

5

Proyecto Integrador: Plan de marketing estratégico.

Temas:

Durante todo el programa, los participantes desarrollarán un proyecto integrador consistente en la formulación de un Plan de marketing Estratégico para su organización o para un nuevo venture. Este proyecto se desarrollará a lo largo de diferentes hitos:

1. Diagnóstico estratégico
2. Formulación estratégica
3. Plan táctico
4. Plan de implementación

El proyecto culminará con la presentación ante un panel de expertos que evaluarán la propuesta con base en criterios de innovación, viabilidad, impacto en el negocio y alineación estratégica.

- **Sesión presencial 3:** Networking cierre y presentación de proyectos



10h



Equipo Docente

Expertos en
esta área del
conocimiento



LUCAS CHAVEZ ALCORTA / Docente

Conferencista y experto en marketing en la intersección entre creatividad y resultados; MBA en Liderazgo Creativo (Berlin School), +20 años en marketing/publicidad/BI y experiencia regional (Chile, Colombia, México, Perú); ha liderado estrategias para retail como Falabella y ha sido reconocido por Scopen.



TERESA PARRA / Docente

Consultora en mercadeo consciente y construcción de marcas con propósito, con +30 años de trayectoria; experiencia directiva en Doria, Tigo, Henkel, McCain y Alpina; formación con Maestría en Innovación y Emprendimiento (OBS) y educación ejecutiva en Kellogg.



MILTON JANUARIO RUEDA VARON / Docente

Académico e investigador en estadística y análisis de datos; Director de Doctorados en la Facultad de Ingeniería (EAN) y experiencia en AC Nielsen; PhD en Estadística (Universität Konstanz) y formación de posgrado en estadística y finanzas.



DANIEL AUGUSTO VARGAS CUBILLOS / Docente

Profesional bilingüe con +10 años en marketing, inteligencia de negocios y desarrollo comercial (consumo masivo, financiero, salud y tecnología); Magíster en Mercadeo; enfoque analítico (modelos financieros, precios, rentabilidad, segmentación) y dominio de herramientas de analítica (SQL, Tableau, Power BI, GA, entre otras).



MARIA FERNANDA SANCHEZ CASTAÑO / Docente

Ejecutiva senior y consultora en marketing y alianzas estratégicas con foco en comunicaciones, reputación, sostenibilidad y DEI; experiencia liderando estrategias ATL/BTL/digital/PR; reconocimientos en 40 under 40 (La República) y Women to Watch (P&M).



JUAN GOMEZ / Docente

Experto en estrategias de marketing y comunicaciones (+20 años), especializado en posicionamiento de marcas y oferta; actualmente CCO en Leo; trayectoria liderando equipos interdisciplinarios y enfoque 360 de medios; reconocimientos (Forbes Colombia Top 25 CMOs 2024, Adlatina Top 10 2023, Marketer del año El Dorado 2022).



JOHN EDWARD MORALES NARANJO / Docente

Gerente de Marca e Impacto País en Claro Colombia; experiencia en marketing y áreas comerciales en compañías de servicios; diseño e implementación de planes estratégicos orientados a mejorar indicadores (ingresos, ventas, etc.) y experiencia docente universitaria.



JOSE ENRIQUE ALBA / Docente

Líder orientado a resultados en expansión de negocios, innovación y nuevos mercados (CPG, retail, fintech, alimentos y tecnología); actualmente Dean of Business en Universidad EAN; ha sido Chief Growth & Innovation Officer (Beliv) y cofundador (LifeBioTech y GoClass), con experiencia en ecosistema fintech (Scotiabank).