

TECNOLOGÍA EN MARKETING DIGITAL

Multicampus

CONVOCATORÍA BANCO DE ELEGIBLES PARA PROFESORES DE MEDIO TIEMPO Y TIEMPO COMPLETO UNIVERSIDAD DE SANTANDER AÑO 2025

PERFIL 1

I. PRELIMINAR

FACULTAD:	Ciencias Económicas, Administrativas y Contables
PROGRAMA ACADÉMICO:	Tecnología en Marketing Digital
CURSOS O ÁREA DISCIPLINAR:	Área de formación: Componente electivo (Técnicas de redacción para la web, Storytelling y branding, Emprendimiento e innovación digital, Gestión de redes sociales y community management)

II. PERFIL

FORMACIÓN ACADÉMICA:	
Título profesional	Profesional en Mercadeo, Comunicación Social, Comunicación Digital, Publicidad, Negocios Digitales o áreas afines
Título (s) de posgrado	Especialización y/o Maestría en Marketing Digital, Comunicación Estratégica, Branding, Emprendimiento e Innovación, Diseño Publicitario o disciplinas relacionadas
EXPERIENCIA:	
Profesional	Mínimo dos (2) años desempeñando cargos en su área de formación
Docente	Mínimo cinco (5) años como profesor universitario y/o tutor virtual
OTROS REQUERIMIENTOS	
Nivel de inglés*	B1
Software	
*Paraprogramas profesionales el nivel mínimo debe ser B1 y para programas tecnológicos A2	

III. COMPETENCIAS

Competencia	Descripción
Profesional	Experiencia en redacción para medios digitales, aplicando criterios de SEO, usabilidad, arquitectura del contenido, tono de marca y accesibilidad. Dominio de técnicas de storytelling orientadas a la construcción de identidad narrativa, comunicación persuasiva, engagement y posicionamiento de marca en diferentes plataformas. Conocimientos en diseño y gestión de imagen e identidad de marca, lineamientos editoriales, construcción de reputación y coherencia comunicativa en ecosistemas multiplataforma. Experiencia en administración de comunidades, atención al usuario, programación de contenidos, analítica social y monitoreo de tendencias. Conocimiento en emprendimiento e innovación digital, metodologías ágiles (Lean Canvas, Design Thinking), modelación de propuestas de valor, marketing para emprendimientos, definición de modelos de negocio digitales y herramientas para prototipado.
Las demás competencias requeridas se encuentran detalladas en los términos de referencia, abarcando aspectos pedagógicos y didácticos, habilidades digitales, comunicativas, investigativas y socio-afectivas.	

Observaciones

*La competencia profesional y socio afectiva será evaluada a través de una entrevista y sesión de clase (la entrevista la hace el director o coordinador del programa o departamento).
 **La competencia pedagógica y didáctica, será evaluada a través de certificados de cualificación pedagógica y/o a través de una sesión de clase.
 ***La competencia comunicativa será evaluada a través de un ensayo y/o sesión de clase.

PERFIL 2

I. PRELIMINAR

FACULTAD:	Ciencias Económicas, Administrativas y Contables
PROGRAMA ACADÉMICO:	Tecnología en Marketing Digital
CURSOS O ÁREA DISCIPLINAR:	Área de formación: Investigación formativa (Investigación de mercados digitales, Metodología de la investigación, Opción de grado)

II. PERFIL

FORMACIÓN ACADÉMICA:

Título profesional	Profesional en Mercadeo, Comunicación Social, Comunicación Digital, Ingeniería de Sistemas, Administración o áreas afines
Título (s) de posgrado	Especialización y/o Maestría en Marketing Digital, Transformación Digital, Experiencia del Cliente (CX) o Customer Success o áreas afines.

EXPERIENCIA:

Profesional	Mínimo dos (2) años desempeñando cargos en su área de formación
Docente	Mínimo cinco (5) años como profesor universitario y/o tutor virtual

OTROS REQUERIMIENTOS

Nivel de inglés*	B1
Software	

***Paraprogramas profesionales el nivel mínimo debe ser B1 y para programas tecnológicos A2**

III. COMPETENCIAS

Competencia	Descripción
Profesional	Conocimiento en diseño, planeación y ejecución de investigaciones formativas orientadas al análisis de audiencias, comportamiento del consumidor, tendencias digitales, segmentación y oportunidades de mercado. Demostrar dominio en la formulación de problemas, planteamiento de objetivos, construcción de marcos teóricos, diseño metodológico (cuantitativo, cualitativo y mixto), instrumentos de recolección de información, análisis e interpretación de datos.
Las demás competencias requeridas se encuentran detalladas en los términos de referencia, abarcando aspectos pedagógicos y didácticos, habilidades digitales, comunicativas, investigativas y socio-afectivas.	

Observaciones

*La competencia profesional y socio afectiva será evaluada a través de una entrevista y sesión de clase (la entrevista la hace el director o coordinador del programa o departamento).

**La competencia pedagógica y didáctica, será evaluada a través de certificados de cualificación pedagógica y/o a través de una sesión de clase.

***La competencia comunicativa será evaluada a través de un ensayo y/o sesión de clase.

PERFIL 3

I. PRELIMINAR

FACULTAD:	Ciencias Económicas, Administrativas y Contables
PROGRAMA ACADÉMICO:	Tecnología en Marketing Digital
CURSOS O ÁREA DISCIPLINAR:	Área de formación: Entorno Digital (Gestión de la Relación con el Cliente CRM, Email marketing y automatización)

II. PERFIL

FORMACIÓN ACADÉMICA:

Título profesional	Profesional en Mercadeo, Comunicación Social, Comunicación Digital, Ingeniería de Sistemas, Administración o áreas afines
Título (s) de posgrado	Especialización y/o Maestría en Marketing Digital, Transformación Digital, Experiencia del Cliente (CX) o Customer Success o áreas afines.

EXPERIENCIA:

Profesional	Mínimo dos (2) años desempeñando cargos en su área de formación
Docente	Mínimo cinco (5) años como profesor universitario y/o tutor virtual

OTROS REQUERIMIENTOS

Nivel de inglés*	B1
Software	

***Paraprogramas profesionales el nivel mínimo debe ser B1 y para programas tecnológicos A2**

III. COMPETENCIAS

Competencia	Descripción
Profesional	Competencias en el diseño, implementación y segmentación de campañas de email marketing, construcción de customer journeys, lead nurturing, activación de flujos automatizados, triggers y scoring de usuarios. Manejo de estrategias de fidelización, retención de usuarios y gestión del ciclo de vida del cliente en plataformas CRM. Manejo de herramientas como HubSpot, Zoho CRM, Salesforce, RD Station, Mailchimp, ActiveCampaign o similares. Conocimientos asociados a privacidad de datos, buenas prácticas de envíos, métricas de engagement y optimización de conversiones.
Las demás competencias requeridas se encuentran detalladas en los términos de referencia, abarcando aspectos pedagógicos y didácticos, habilidades digitales, comunicativas, investigativas y socio-afectivas.	

Observaciones

*La competencia profesional y socio afectiva será evaluada a través de una entrevista y sesión de clase (la entrevista la hace el director o coordinador del programa o departamento).

**La competencia pedagógica y didáctica, será evaluada a través de certificados de cualificación pedagógica y/o a través de una sesión de clase.

***La competencia comunicativa será evaluada a través de un ensayo y/o sesión de clase.

PERFIL 4

I. PRELIMINAR

FACULTAD:	Ciencias Económicas, Administrativas y Contables
PROGRAMA ACADÉMICO:	Tecnología en Marketing Digital
CURSOS O ÁREA DISCIPLINAR:	Área de formación: Entorno Digital (Costos y presupuestos en marketing digital, Métricas y resultados)

II. PERFIL

FORMACIÓN ACADÉMICA:	
Título profesional	Profesional en Administración de Empresas, Mercadeo, Economía, Ingeniería Industrial, Ingeniería de Mercados o áreas afines
Título (s) de posgrado	Especialización y/o Maestría en Analítica de Datos, Marketing Digital, Inteligencia de Negocios, Dirección de Mercadeo, Transformación Digital o disciplinas relacionadas
EXPERIENCIA:	
Profesional	Mínimo dos (2) años desempeñando cargos en su área de formación
Docente	Mínimo cinco (5) años como profesor universitario y/o tutor virtual
OTROS REQUERIMIENTOS	
Nivel de inglés*	B1
Software	
*Paraprogramas profesionales el nivel mínimo debe ser B1 y para programas tecnológicos A2	

III. COMPETENCIAS

Competencia	Descripción
Profesional	Experiencia en la planificación, estimación y control de costos asociados a campañas digitales, estructuración de presupuestos en medios pagados, modelación financiera y análisis de retorno de inversión (ROI, ROAS, LTV, CAC). Competencias para la construcción, lectura y análisis de métricas de desempeño, indicadores clave (KPI), modelos de atribución, embudos de conversión y toma de decisiones basadas en datos. Manejo de herramientas de analítica tales como Google Analytics 4, Google Tag Manager, Looker Studio, así como plataformas publicitarias (Meta Ads, Google Ads), y contar con conocimiento en dashboards y reportes ejecutivos
Las demás competencias requeridas se encuentran detalladas en los términos de referencia, abarcando aspectos pedagógicos y didácticos, habilidades digitales, comunicativas, investigativas y socio-afectivas.	

Observaciones

*La competencia profesional y socio afectiva será evaluada a través de una entrevista y sesión de clase (la entrevista la hace el director o coordinador del programa o departamento).

**La competencia pedagógica y didáctica, será evaluada a través de certificados de cualificación pedagógica y/o a través de una sesión de clase.

***La competencia comunicativa será evaluada a través de un ensayo y/o sesión de clase.

PERFIL 5

I. PRELIMINAR

FACULTAD:	Ciencias Económicas, Administrativas y Contables
PROGRAMA ACADÉMICO:	Tecnología en Marketing Digital
CURSOS O ÁREA DISCIPLINAR:	Área de formación: Entorno Digital (Políticas en entornos digitales)

II. PERFIL

FORMACIÓN ACADÉMICA:	
Título profesional	Profesional en Derecho, Comunicación Social, Administración, Mercadeo o áreas afines
Título (s) de posgrado	Especialización y/o Maestría en Derecho Digital, Gobierno y Políticas Públicas, Gestión de la Información, Ciberseguridad o disciplinas relacionadas.
EXPERIENCIA:	
Profesional	Mínimo dos (2) años desempeñando cargos en su área de formación
Docente	Mínimo cinco (5) años como profesor universitario y/o tutor virtual
OTROS REQUERIMIENTOS	
Nivel de inglés*	A2
Software	
*Paraprogramas profesionales el nivel mínimo debe ser B1 y para programas tecnológicos A2	

III. COMPETENCIAS

Competencia	Descripción
Profesional	Experiencia en análisis, implementación o gestión de políticas en entornos digitales, incluyendo normativa colombiana y referencias internacionales (protección de datos, comercio electrónico, derechos de autor, publicidad digital, ciberseguridad, Habeas Data, entre otros) Comprensión de marcos legales vigentes, lineamientos regulatorios de plataformas, buenas prácticas para la convivencia digital y tendencias globales en gobernanza tecnológica
Las demás competencias requeridas se encuentran detalladas en los términos de referencia, abarcando aspectos pedagógicos y didácticos, habilidades digitales, comunicativas, investigativas y socio-afectivas.	

Observaciones

- *La competencia profesional y socio afectiva será evaluada a través de una entrevista y sesión de clase (la entrevista la hace el director o coordinador del programa o departamento).
- **La competencia pedagógica y didáctica, será evaluada a través de certificados de cualificación pedagógica y/o a través de una sesión de clase.
- ***La competencia comunicativa será evaluada a través de un ensayo y/o sesión de clase.

PERFIL 6

I. PRELIMINAR

FACULTAD:	Ciencias Económicas, Administrativas y Contables
PROGRAMA ACADÉMICO:	Tecnología en Marketing Digital
CURSOS O ÁREA DISCIPLINAR:	Área de formación: Entorno Digital (Plataformas Digitales, Comunicación en Entornos Digitales, Innovación de proyectos digitales)

II. PERFIL

FORMACIÓN ACADÉMICA:	
Título profesional	Comunicador Social, Publicista, Marketing, Administrador de Empresas, Negocios Digitales o áreas afines.
Título (s) de posgrado	Especialización y/o Maestría en Comunicación Digital, Marketing Digital, Gestión de Tecnologías de la Información u otros campos relacionados.
EXPERIENCIA:	
Profesional	Mínimo dos (2) años desempeñando cargos en su área de formación
Docente	Mínimo cinco (5) años como profesor universitario y/o tutor virtual
OTROS REQUERIMIENTOS	
Nivel de inglés*	B1
Software	
*Paraprogramas profesionales el nivel mínimo debe ser B1 y para programas tecnológicos A2	

III. COMPETENCIAS

Competencia	Descripción
Profesional	Conocimiento en el funcionamiento, características y aplicaciones de plataformas digitales orientadas a la comunicación, el marketing, la gestión de datos y la analítica. Dominio en el uso de gestores de contenido, herramientas colaborativas, plataformas de redes sociales y ecosistemas productivos digitales, así como habilidades para el análisis del desempeño, comportamiento de audiencias y métricas clave para la toma de decisiones estratégicas. Competencias en la redacción y gestión de mensajes para medios digitales con enfoque en audiencias, manejo de narrativas digitales, estrategias de interacción y engagement, gestión de reputación digital, construcción de identidad de marca y abordajes transmedia.
Las demás competencias requeridas se encuentran detalladas en los términos de referencia, abarcando aspectos pedagógicos y didácticos, habilidades digitales, comunicativas, investigativas y socio-afectivas.	

Observaciones

*La competencia profesional y socio afectiva será evaluada a través de una entrevista y sesión de clase (la entrevista la hace el director o coordinador del programa o departamento).

**La competencia pedagógica y didáctica, será evaluada a través de certificados de cualificación pedagógica y/o a través de una sesión de clase.

***La competencia comunicativa será evaluada a través de un ensayo y/o sesión de clase.

PERFIL 7

I. PRELIMINAR

FACULTAD:	Ciencias Económicas, Administrativas y Contables
PROGRAMA ACADÉMICO:	Tecnología en Marketing Digital
CURSOS O ÁREA DISCIPLINAR:	Área de formación: Estrategias de Marketing Digital (Comportamiento del Consumidor, Neuromarketing)

II. PERFIL

FORMACIÓN ACADÉMICA:	
Título profesional	Profesional en Mercadeo, Psicología, Comunicación Social, Publicidad, Administración o áreas afines.
Título (s) de posgrado	Especialización y/o Maestría en Comportamiento del Consumidor, Neurociencia del Consumidor, Neuromarketing, Psicología del Consumidor, Marketing Digital o campos relacionados.
EXPERIENCIA:	
Profesional	Mínimo dos (2) años desempeñando cargos en su área de formación
Docente	Mínimo cinco (5) años como profesor universitario y/o tutor virtual
OTROS REQUERIMIENTOS	
Nivel de inglés*	B1
Software	
*Paraprogramas profesionales el nivel mínimo debe ser B1 y para programas tecnológicos A2	

III. COMPETENCIAS

Competencia	Descripción
Profesional	Comprensión del comportamiento del consumidor en entornos digitales y su relación con el proceso de decisión de compra. Manejo de metodologías de análisis cualitativo y cuantitativo relacionadas con la observación del comportamiento en medios digitales, pruebas A/B, mapas de calor, embudos de conversión y navegación en sitios web. Conocimiento en segmentación psicográfica y análisis de audiencias en plataformas digitales. Interpretación de insights de consumo y patrones conductuales. Diseño de estrategias orientadas a la experiencia, recordación y motivación del usuario.
Las demás competencias requeridas se encuentran detalladas en los términos de referencia, abarcando aspectos pedagógicos y didácticos, habilidades digitales, comunicativas, investigativas y socio-afectivas.	

Observaciones

*La competencia profesional y socio afectiva será evaluada a través de una entrevista y sesión de clase (la entrevista la hace el director o coordinador del programa o departamento).

**La competencia pedagógica y didáctica, será evaluada a través de certificados de cualificación pedagógica y/o a través de una sesión de clase.

***La competencia comunicativa será evaluada a través de un ensayo y/o sesión de clase.

PERFIL 8

I. PRELIMINAR

FACULTAD:	Ciencias Económicas, Administrativas y Contables
PROGRAMA ACADÉMICO:	Tecnología en Marketing Digital
CURSOS O ÁREA DISCIPLINAR:	Área de formación: Estrategias de Marketing Digital (Introducción al Marketing Digital, Posicionamiento Web SEO y SEM, Marketing de Contenidos, Plan de Marketing Digital Integral)

II. PERFIL

FORMACIÓN ACADÉMICA:	
Título profesional	Profesional en Marketing, Mercadeo, Comunicación Social, Administración de Empresas, Negocios Digitales, Publicidad o carreras afines.
Título (s) de posgrado	Especialización y/o Maestría en Marketing Digital, Comunicación Digital, Dirección de Marketing, Analítica de Marketing, Publicidad Digital o campos correlacionados.
EXPERIENCIA:	
Profesional	Mínimo dos (2) años desempeñando cargos en su área de formación
Docente	Mínimo cinco (5) años como profesor universitario y/o tutor virtual
OTROS REQUERIMIENTOS	
Nivel de inglés*	B1
Software	
*Paraprogramas profesionales el nivel mínimo debe ser B1 y para programas tecnológicos A2	

III. COMPETENCIAS

Competencia	Descripción
Profesional	Manejo de herramientas de analítica, SEO/SEM y gestión de contenidos; preferiblemente Google Analytics, Search Console, Google Ads, herramientas de keyword research y gestores de contenido web (WordPress o similares). Conocimiento en plataformas para gestión de contenidos y redes sociales. Competencias en el diseño y ejecución de estrategias de marketing de contenidos orientadas a la audiencia, el storytelling y la conversión. Demostrar competencias en posicionamiento web SEO (on-page y off-page) y SEM, incluyendo la gestión de campañas pagas, la segmentación de audiencias y el análisis de indicadores de rendimiento
Las demás competencias requeridas se encuentran detalladas en los términos de referencia, abarcando aspectos pedagógicos y didácticos, habilidades digitales, comunicativas, investigativas y socio-afectivas.	

Observaciones

*La competencia profesional y socio afectiva será evaluada a través de una entrevista y sesión de clase (la entrevista la hace el director o coordinador del programa o departamento).

**La competencia pedagógica y didáctica, será evaluada a través de certificados de cualificación pedagógica y/o a través de una sesión de clase.

***La competencia comunicativa será evaluada a través de un ensayo y/o sesión de clase.

PERFIL 9

I. PRELIMINAR

FACULTAD:	Ciencias Económicas, Administrativas y Contables
PROGRAMA ACADÉMICO:	Tecnología en Marketing Digital
CURSOS O ÁREA DISCIPLINAR:	Área de formación: Producción de Contenido Social Media (Diseño Digital, Fotografía Comercial y Retoque Digital, Diseño Publicitario de Piezas Digitales, Producción Audiovisual, Animación Digital)

II. PERFIL

FORMACIÓN ACADÉMICA:	
Título profesional	Diseñador gráfico, Publicista, Diseñador Digital, Comunicador Audiovisual, Artes Visuales, Multimedia o carreras afines
Título (s) de posgrado	Especialización y/o Maestría en Diseño Digital, Diseño Publicitario, Comunicación Digital, Producción Audiovisual, Dirección de Arte, Marketing Digital, Multimedia, Comunicación e Identidad Corporativa o áreas relacionadas
EXPERIENCIA:	
Profesional	Mínimo dos (2) años desempeñando cargos en su área de formación
Docente	Mínimo cinco (5) años como profesor universitario y/o tutor virtual
OTROS REQUERIMIENTOS	
Nivel de inglés*	A2
Software	Suite de Adobe
*Paraprogramas profesionales el nivel mínimo debe ser B1 y para programas tecnológicos A2	

III. COMPETENCIAS

Competencia	Descripción
Profesional	Manejo de software especializado, preferiblemente la suite Adobe (Photoshop, Illustrator, Premiere, After Effects, Lightroom, InDesign), así como plataformas de edición y composición audiovisual, y herramientas para la creación de animación y contenido digital, asegurando altos estándares de calidad en la producción gráfica y audiovisual.
Las demás competencias requeridas se encuentran detalladas en los términos de referencia, abarcando aspectos pedagógicos y didácticos, habilidades digitales, comunicativas, investigativas y socio-afectivas.	
Observaciones	

*La competencia profesional y socio afectiva será evaluada a través de una entrevista y sesión de clase (la entrevista la hace el director o coordinador del programa o departamento).

**La competencia pedagógica y didáctica, será evaluada a través de certificados de cualificación pedagógica y/o a través de una sesión de clase.

***La competencia comunicativa será evaluada a través de un ensayo y/o sesión de clase.