



## TÉRMINOS DE REFERENCIA PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS

### 1. DENOMINACIÓN DE LA CONTRATACIÓN

Servicio de contratación de un profesional para la capacitación “Marketing digital estratégico”.

### 2. FINALIDAD PÚBLICA

Cumplimiento del Plan de Trabajo de la Dirección de Incubadora de Empresas de la Universidad Nacional Ciró Alegría.

### 3. ANTECEDENTES

La Universidad Nacional Ciró Alegría – UNCA como organismo descentralizado, que comprende el pliego presupuestario por mandato Constitucional y Legal tiene autonomía como Institución Pública.

Mediante Resolución Viceministerial N° 088-2019-MINEDU, de fecha 24 de abril de 2019, se reconformó la Comisión Organizadora de la Universidad Nacional Ciró Alegría (UNCA).

La Ley Universitaria N° 30220 tiene como objetivo, promover el mejoramiento continuo de la calidad educativa de las instituciones universitarias como entes fundamentales del desarrollo nacional, de la investigación y de la cultura. Asimismo, establece los principios, fines y funciones que rigen el modelo institucional de la universidad.

Plan de actividades programadas para el mes de agosto en el Plan Estratégico Institucional de la UNCA, Vicerrectorado de Investigación, Dirección de Innovación y Transferencia Tecnológica de la UNCA. Aprobado con Resolución De Comisión Organizadora N° 0056-2022/CO-UNCA.

#### 3.1. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

#### 3.2. OBJETIVO GENERAL

Contratar un profesional que brinde el servicio de capacitación: “Marketing digital estratégico”.



### 3.3. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Conocer al consumidor digital.
- Comprender el cambio que internet ha originado en la comunicación con el cliente.
- Reconocer las distintas herramientas de comunicación digital y la conveniencia de cada una.

## 4. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Las tecnologías digitales han cambiado nuestros estilos de vida, la forma como interactuamos con otras personas, con las marcas y las empresas. Nuestro cliente ya no es un consumidor pasivo expuesto a mensajes publicitarios, sino uno que quiere no solo recibir más información sino también interactuar. Para ser exitosos los gestores de marketing deberán integrar sus comunicaciones offline y online; será necesario no perder de vista la estrategia general de marketing y desarrollar acciones de marketing digital que se engranen con las acciones del marketing tradicional.

Por ello la capacitación: "Incubadora de Empresas en el marco de la Ley 30220 - MINEDU", tiene como propósito desarrollar una visión general sobre el uso de las herramientas del marketing digital.

### 4.1. ALCANCES:

Doce (12) docentes de la UNCA

### 4.2. DURACIÓN:

Tendrá una duración de 08 horas lectivas con sesión síncrona y 16 horas prácticas con sesión asíncrona.

### 4.3. HORAS ACREDITADAS

La suma de ambas sesiones generará un total de un (01) crédito.

### 4.4. TEMARIO

#### Sesión 1 - Introducción al Marketing Digital

- Estadísticas de Redes Sociales y Perfil del consumidor peruano
- Momento cero de la verdad
- Micromomentos de Google
- Tipos de medios: propios, ganados, pagados.





## Sesión 2 - Planificación de la Comunicación Digital

- El plan de comunicación dentro de la estrategia de marketing.
- Segmentación y *targeting*, posicionamiento de marca, personalidad de marca, propuesta de valor y mensajes clave.
- Conocimiento del cliente: *Buyer* persona
- Medios digitales pagados: publicidad en redes sociales y buscadores
- *Customer Journey Map*

## Sesión 3 - Trabajo Aplicativo Final

- Exposición del trabajo aplicativo final sobre un caso real.

### 4.5. METODOLOGÍA

- CLASES VIRTUALES: Se desarrollará clases expositivas de videoconferencia a través de la plataforma Zoom.

### 4.6. ESTRATEGIA DE EVALUACIÓN:

- Se evaluará la asistencia
- Participaciones e intervenciones en clases
- Trabajo de participante.

### 4.7. CERTIFICACION:

Se entregará certificación de participación para los asistentes.

Se entregará certificación de ponente para el expositor.

Se entregará certificación de organizador para el equipo organizador de la VPI.

La constancia de participación y de ponente serán emitidos de forma virtual con las firmas y sellos de las autoridades correspondientes.

### 4.8. ENTREGABLES

Lista de Participantes

Trabajo de los participantes

## 5. REGLAMENTOS TÉCNICOS Y/O NORMAS:

El proveedor del servicio deberá realizar sus actividades orientado principalmente para dar cumplimiento por lo dispuesto en la Resolución N° 0043-2020-SUNEDU/CD, con la finalidad de asegurar que se cumplan las condiciones básicas de calidad en lo que refiere a docentes calificados académicamente, de acuerdo con la Ley Universitaria y la





normativa aplicable, para iniciar el desarrollo de la propuesta curricular de los programas en la Universidad Nacional Ciro Alegría.

## 6. REQUERIMIENTO DEL PROVEEDOR DEL SERVICIO

### 6.1. REQUISITOS DEL PROVEEDOR

- Contar con Registro Único de Contribuyente (RUC), con condición de activo y habido.
- Contar con inscripción vigente como proveedor de servicios en el Registro Nacional de Proveedores (RNP), asociado al RUC y en actividad igual o a fin a la requerida.
- Declaración jurada de no tener inhabilitación vigente para prestar servicios al Estado, conforme al Registro Nacional de Sanciones de Destitución y Despido –RNSDD.
- No estar consignado en el Registro de Deudores Alimentarios Morosos – REDAM.

### 6.2. PERFIL PROFESIONAL DEL PROVEEDOR

#### a. Nivel de formación académica:

Bachiller o titulado.

#### b. Especialidad profesional:

Formación en Ciencias de la Comunicación, Administración, Ingeniería, o afines.

#### c. Experiencia profesional:

- Enfoque en la experiencia del aprendizaje de
- Enfoque en necesidades del mercado
- Desarrollo de servicios en marketing, innovación, transformación cultural y digital.

#### d. Capacitación:

Sustentar mediante certificados de: capacitaciones, cursos talleres, diplomados, u otros sobre:

- Marketing y ventas.
- Comunicación Digital y Marketing en Redes Sociales.
- Herramientas Digitales.
- Inteligencia de datos





### 6.3. SOBRE EL MATERIAL Y EQUIPO PARA EL CUMPLIMIENTO DE SUS ACTIVIDADES

La organización gestionará y organizará el aula virtual en la plataforma Zoom, previamente creada por la UNCA. En ella se desarrollará los temas, recursos didácticos, para el logro de los aprendizajes.

### 6.4. LUGAR DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El servicio de capacitación denominado: "Marketing digital estratégico". será brindado en forma virtual, mediante el uso de la plataforma virtual Zoom para las sesiones síncronas.

