Diplomatura Marketing en Internet

Los nuevos medios digitales integrados a las estrategias de marketing y comunicación empresarial

Marzo 23 a junio 6 de 2012

Presencial: Bogotá, Medellín, Cali, Bucaramanga, Barranquilla
Virtual: acceso desde cualquier lugar del mundo

PRESENTACIÓN:

El uso de medios como Internet, las redes sociales y la telefonía móvil, está revolucionando la forma de hacer mercadeo en el mundo. La Universidad Pontificia Bolivariana en convenio con Interlat Group, firma especialista en el desarrollo e implementación de negocios innovadores y rentables en Internet, ha estructurado la Diplomatura en E-Marketing con contenidos actuales para proporcionar los conocimientos y las herramientas que permitan maximizar el potencial de los nuevos medios digitales en las estrategias de marketing, publicidad, comunicación y ventas.

La Diplomatura es dictada por un destacado grupo de docentes de Colombia, España y Argentina, todos con una importante trayectoria en los medios digitales, expertos profesionales en los temas que imparten. Este hecho garantiza que el programa responde y se adecua a las necesidades empresariales y realidad del entorno digital.

CONTENIDO DEL PROGRAMA:

MÓDULO 1:	**Marketing Digital** **Bogotá: marzo 23 y 24 / Medellín: marzo 26 y 27 de marzo de 2012**
Presentación	A través del Internet se pueden ahorrar costos de comunicación, reducir tiempos de envíos, hacer una personalización efectiva (one-to-one), en definitiva aprovechar todas las ventajas de una comunicación directa, relacional e interactiva. También se puede conocer en detalle quiénes son sus clientes y prospectos más activos en sus comunicaciones y quiénes de ellos están más interesados en los productos o servicios de su empresa.
Objetivo	Capacitar al participante para que tenga una visión práctica y criterio claro y global en la planificación estratégica, creación, ejecución y análisis de campañas de mercadeo en Internet.
Temas	• Introducción al marketing en Internet • Qué es computación en la nube • Qué es una página web y qué no lo es. • Diferencias entre el SEO y el SEM • Paquete de análisis WEB, implementación y uso. • Publicidad en buscadores (SEM) • Email marketing. • Comunicaciones corporativas y RRPP en línea. • Publicidad por afiliación. • Redes sociales, marketing viral. • Marketing de alto impacto y bajo costo. • Boletines electrónicos, noticias y blogs. • Publicidad en banners. • Marketing en teléfonos móviles. • Seguimiento y fidelización de clientes (eCRM). • Taller para el proyecto
Intensidad	12 horas (10 presenciales – 2 virtuales, seminario web)
Docente	**Luis Carlos Chaquea Blanco. (Colombia).** Empresario PYME desde 1986 en Colombia y Estados Unidos. Especialista en Gerencia de la PYME y empresario en negocios electrónicos desde 1998. Docente de Formación Continua de la Universidad Pontificia Bolivariana, Universidad de la Sabana, Universidad Jorge Tadeo Lozano en temas relativos al ebusiness y mercadeo electrónico. Conferencista y consultor de varias empresas colombianas en este tema. Jurado del programa de emprendimiento empresarial Ventures.com de la revista Dinero. Director General de Interlat Group. Con la marca Emercadeo.net ha realizado los estudios de SEO sobre las principales y grandes empresas que invierten en publicidad en Colombia y las 50 instituciones educativas mejor rankiadas en el país. Realizador del estudio sobre Uso de Internet y Nuevas Tecnologías en la PYME Colombiana. Creador del programa Unionlideres.com Ninguna MiPyme Sin WEB 2.0, del 1er lugar de mercado en Internet para MiPymes Colombianas **Mercar.co.** Fundador de la 1era. Comunidad Latinoamericana de Community Managers **CMLatam.co,** fundador de la plataforma de análisis online de las elecciones políticas colombianas **eleccionesencolombia.co.**

Módulo 2:	**Campañas Publicitarias de Pago por Clic - PPC** **Bogotá: abril 13 y 14 / Medellín: abril 16 y 17 de 2012**
Presentación:	PPC: Pay per Clic (Pague por Clic) son las campañas que se hacen en los buscadores y redes sociales más importantes del mundo, se caracterizan por que se paga por cada clic que un navegante realiza en los anuncios publicitarios
Objetivo:	Conocer los puntos básicos para el diseño y manejo de Campañas Pago por Clic (PPC) en los principales motores de búsqueda como Google Adwords, Bing, Yahoo! Search y y Redes Sociales como Facebook, Linkedin, Twitter, SlideShare entre otras.
Temas	• Campañas SEM: acciones y técnicas de publicidad en buscadores. • Adwords – Adsense: palabras clave y anuncios en Internet • Objetivos campañas Adwords, Bing,Yahoo, Facebook, Linkedin, SlideShare • Análisis de palabras claves y presupuesto asignado. • Costos del sistema de pagos por clic • Configuración y administración de una campaña PPC y retorno de la inversión (ROI). • Sistemas de medición y análisis de una campaña PPC • Rentabilidad • Programas publicitarios y estrategias • Medición y monetización • Taller para el proyecto
Intensidad	12 horas (10 presenciales – 2 virtuales, seminario web)
Docente	**Juan Manuel Carmona. (Argentina).** Publicista de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales UCES. En la actualidad, se desempeña como OnLine Media Specialist de la empresa Latin3 Marketing Digital, en la Argentina. A su cargo tiene el desarrollo e implementación de Planes de Medios Online. Compra de medios. Desarrollo, implementación y optimización de campañas SEM, Yahoo! Search, Facebook, utilización y análisis de reportes de plataformas de AdNetworks.

Módulo 3:	**Redes Sociales** **“Fidelización de clientes generando comunidad”** **Bogotá: abril 20 y 21/ Medellín: abril 23 y 24 de 2012**
Presentación	En este módulo los asistentes podrán conocer el alcance de la web 2.0. o web social, las herramientas de comunicación que ofrece y la forma de hacer uso de ellas como estrategia comercial en las campañas de fidelización.
Objetivo	Brindar las herramientas necesarias para realizar fidelización de una comunidad a través de las redes sociales verticales y lograr utilizar adecuadamente los recursos de las redes sociales públicas.
Temas	• Introducción: ¿Qué es el Social Media? • La *netiqueta*: cómo actuar en medios sociales • Mapa de las redes sociales: usos, target, penetración en Latam y potencialidad para las empresas • Gestión y dominio de las principales redes sociales • Facebook, Twitter ,Youtube, Google Plus • El networking y las redes sociales profesionales • Introducción a Linkedin • Personal branding en las redes sociales • Otras redes sociales: slideshare.net, flicker y picassa, pinterest • Aplicaciones para la gestión de redes sociales • La geolocalización • Diseño y puesta en marcha de una estrategia de comunicación integral en redes sociales • Taller para el proyecto

Universidad Pontificia Bolivariana	Community Managers Latam www.cmlatam.co	interlat group www.interlat.org

Intensidad	12 horas (10 presenciales – 2 virtuales, seminario web)
Docente	**Lorena Amarante – (Argentina).** Licenciada en Publicidad y especialista en e-Business Management con doble titulación de la Universidad de Georgetown y Universidad del Salvador en Argentina. Es miembro de la Comisión Directiva de la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE) y Directora de la Comisión de E-Marketing. Cuenta con amplia experiencia en el ámbito corporativo y la realización de proyectos online como OMLatam, la mayor red social de profesionales del marketing interactivo de la región, así mismo, durante más de 3 años fue Regional Online Marketing Manager de **Despegar.com.,** la agencia de viajes online líder en ventas en Latinoamérica.

Módulo 4:	**Video Marketing** **"Implementación dentro de la Estrategia Empresarial"** **Bogotá: abril 27 y 28/ Medellín: abril 30 y mayo 2 de 2012**
Presentación	Con el nacimiento de plataformas de video online, como Youtube, Blip.tv o Vimeo surgió una nueva era en la comunicación online, donde el cualquier persona tendría la posibilidad de compartir sus vídeos con millones de usuarios. Este nuevo fenómeno ha abierto una posibilidad a las marcas y empresas de aprovechar el video online como medio para comunicarse con su audiencia a un precio increíblemente bajo y de forma directa para acercar sus productos/serviciosa millones de personas.
Objetivo	Analizar y brindar conocimiento sobre las claves y el poder del video online para potenciar las empresas en Internet.
Temas	• Fundamentos del Video Marketing • Vídeo online, video marketing y video corporativo • Ventajas de integrar en video dentro del marketing de una empresa • Objetivos y puesta en marcha estrategia de video • Creación y temáticas más demandadas sobre vídeos • Youtube: Análisis de tráfico y reproducciones funciones de interacción • Promoción y posicionamiento de vídeos • Viralidad e interacción en vídeos • Otras plataformas • Práctica Vídeo Marketing • Programas y técnicas de edición • Creación de un sistema de distribución de vídeos • Taller para el proyecto
Intensidad	12 horas (10 presenciales – 2 virtuales, seminario web)
Docente	**Carla Delgado – (España).** Es una de las mayores expertas en video marketing en España y Latinoamérica, lleva 3 años experimentando y aplicando el video online de forma estratégica consiguiendo más de 600.000 reproducciones solo desde Youtube. Directora de Caja De Ideas, un estudio de diseño 100% online, dedicado a desarrollar proyectos de creación de marca y desarrollo web con clientes en más de 20 países. Docente de marketing digital y nuevas tecnologías en trabajo colaborativo con entidades como la Universidad de Cantabria y la Escuela Europea de Negocios.

Universidad Pontificia Bolivariana	Community Managers Latam www.cmlatam.co	interlat group www.interlat.org

Módulo 5:	**Mobile Marketing** **"El teléfono móvil en las acciones de marketing y ventas de su empresa"** **Bogotá: mayo 4 y 5 / Medellín: mayo 7 y 8 de 2012**
Presentación	Colombia tiene un mercado real compuesto por 36 millones de móviles. Un ecosistema lleno de especies que se mueren de ganas por consumir lo que usted ofrece. Un ecosistema que ha hecho del teléfono móvil parte vital de su rutina y que en poco tiempo se ha convertido en el medio con mayor cobertura y penetración del mercado.
Objetivo	El curso Mobile Marketing le ayudará a identificar increíbles posibilidades de negocio, le mostrará las capacidades y limitaciones de la tecnología móvil, la eficacia de sus comunicaciones, las técnicas más eficaces para ayudar a la venta, a la fidelidad y al servicio, así como alternativas de negocios que le darán ingresos de manera directa.
Temas	• Introducción Marketing en móviles • Los usos del móvil. Datos de mercado y penetración. Telefonía móvil en Colombia. • Actores que operan en el mercado del Marketing en Móviles • Comunicaciones que se pueden establecer con las diferentes tecnologías de red • Tecnologías que incorporan los terminales móviles • El escenario comercial del marketing en móviles • Contenidos móviles • Plataformas de mensajería móvil • Campañas de Marketing en Móviles • Formatos publicitarios en dispositivos móviles • ¿Hacia dónde va el mercado? • Acceso a Internet con banda ancha desde el móvil • Universalización de las comunicaciones móviles • Convergencia entre redes de tecnología móvil y redes IP • Personalización de la comunicación: geolocalización • Marco Legal: Guía de las buenas prácticas • Casos de estudio de Marketing en móviles • Advergaming • Glosario de Términos • Taller para el proyecto
Intensidad	12 horas (10 presenciales – 2 virtuales, seminario web)
Docente	**Juan Antonio Muñoz - Gallego González (España).** Presidente de la Asociación de Marketing Móvil en España. Profesor del programa Máster en Publicidad y Comunicación en los Nuevos Medios que imparte Instituto de Artes de la Comunicación TRACOR con la Universidad San Pablo CEU de España. Actualmente desempeña el rol de co-chairman de los comités de estándares internacionales de la MMA- Mobile Marketing Association, los cuales usan como referencia más de 700 empresas de la industria del Marketing Móvil. Consultor en temas relativos al marketing en nuevos medios como Marketing Móvil y Advergaming (juegos publicitarios). Socio fundador de Unkasoft Advergaming. En 2005 logró el premio de Proyecto Banespyme-Orange (antes NETI) del Instituto de Empresa. Ha trabajado con las principales agencias de marketing en Europa como Havas Group, JWT, Universal McCann, TribalDDB, Ogilvy.

Universidad Pontificia Bolivariana	Community Managers Latam www.cmlatam.co	interlat group www.interlat.org

Módulo 6:	**SEO- Posicionamiento web en buscadores** **"Cómo posicionarse en buscadores para generar tráfico hacia el website"** **Bogotá: mayo 11 y 12 / Medellín: mayo 14 y 15 de 2012**
Presentación	Posicionarse en los buscadores se ha convertido en una meta para las páginas de las principales empresas del país, pues en un mundo mediado por la tecnología atrapar la atención de los usuarios de Internet es fundamental.
Objetivo	Impartir conocimiento sobre nuevas herramientas y acciones que se deben realizar para que generar tráfico hacia una página web , figurar en los primeros lugares de Google, Bing, Yahoo y otros motores de búsqueda.
Temas	* Qué es SEO. * SEO vs SEM. * Cómo funciona un buscador WEB. * La importancia del mercadeo en buscadores. * Criterios de ordenación de resultados en un buscador WEB. * Cómo optimizar un WEB para mejorar su posicionamiento en buscadores. * DEMO: Optimizar un sitio WEB paso a paso. * Los principales problemas de rastreo en detalle. * Más consejos para construir un sitio WEB de éxito. * DEMO: Páginas de arribo y su impacto en conversiones. * Enlaces y recursos de interés para SEO. * Diccionario de términos SEO. * Taller para el proyecto
Intensidad	12 horas (10 presenciales – 2 virtuales, seminario web)
Docente	**Fernando Maciá Domene (España).** Licenciado en Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Master en Dirección de Marketing de la Universidad de Comillas y MBA Executive de Fundesem Business School. Pionero en España en el tema de SEO, marketing de buscadores y el análisis de tráfico web. Asesor experto en Marketing Online y consultor en portales especializados de Internet como el Centro de Empresas y Profesionales de Microsoft, WebProNews, Navactiva. Es docente de Marketing Digital en programas Master de Fundesem Business School en Alicante, Murcia y Albacete, Universidad de Zaragoza, Universidad Pompeu Fabra de Barcelona y CEU Cardenal Herrera de Valencia en España. Desde la firma consultora Human Level Communications, de la cual es Director, trabaja en posicionamiento en buscadores para empresas e instituciones como Ministerio de Turismo de España, revista Hola, Hertz, grupo Sol Meliá, Caixa Galicia, Telegate 11811, líneas aéreas Vueling, Amnistía Internacional, entre otros.

Módulo 7:	**Estrategias de Marketing Digital** **Bogotá: mayo 18 y 19 / Medellín: mayo 22 y 23 de 2012**
Presentación	En este módulo se integran y aprovechan los conocimientos impartidos sobre los medios digitales para la implementación de estrategias de marketing, ventas, publicidad y comunicación de la marca, producto o servicio.
Objetivo	Elaborar estrategias de marketing y publicidad que permitan al estudiante comunicarse y conocer a sus clientes, con el objetivo final de vender con éxito a través de Internet.

Universidad Pontificia Bolivariana	Community Managers Latam www.cmlatam.co	interlat group www.interlat.org

Temas	• Diseño y Creación de un Plan de Marketing Digital • Estrategias competitivas en el entorno digital • Relación cadena de valor: anunciantes, agencias, centrales de medios, medios digitales • Grandes tendencias en el mercado digital • Estructura y puesta en marcha de una campaña de marketing en Internet • Métricas del marketing digital • Generar y cualificar leads en Marketing Digital • Planificación de Estrategias de Captación • Identificación de sites afines para acciones co-branded • Estrategias de Fidelización y Vinculación a través de internet • Taller para el proyecto
Intensidad	12 horas (10 presenciales – 2 virtuales, seminario web)
Docente	**Pablo Di Meglio (Argentina).** Licenciado en Publicidad de la Universidad de Palermo – Argentina, Estudios avanzados en: Google Analytics, Adwords, Redacción publicitaria, Creatividad en Internet, Publicidad Interactiva, Mobile Marketing , Diseño Interactivo y Online y Redes Sociales. Experiencia en proyectos de marketing digital y aplicaciones de comunicación 2.0. Ha trabajado para clientes como Direct TV, Skype, Banamex, Microsoft, Cisco, Sony, BBC, Warner Music y Nextel, entre otros. En la actualidad, se desempeña como Coordinador Social Media de la empresa Latin3 Marketing Digital, en la Argentina. Allí es responsable de liderar las estrategias y planificación de las actividades en Medios Online y Sociales, tales como Blogging, Actividades Mobile, Experiencias Virales, Juegos Sociales , entre otros.

Módulo 8:	**Riesgos Legales del Marketing Online** **“La presencia de su empresa en Internet y el marketing online: estrategia e implicaciones legales”** **Bogotá: junio 5 y 6 / Medellín: junio 5 y 6 de 2012**
Presentación	Las empresas deben conocer los riesgos y previsiones legales del entorno digital para evitar que la publicidad por Internet genere efectos no deseados, perjudicando la imagen y reputación de marcas y anunciantes. Asi mismo la publicidad en los nuevos medios implica generación o transferencia de contenidos, por lo que es necesario analizar aspectos de propiedad intelectual en Internet para asegurar el uso legal de los mismos.
Objetivo	Exponer elementos fundamentales del Derecho Informático y Nuevas tecnologías para el desarrollo de negocios en la web como para las empresas de tecnología, los principales aspectos legales del entorno digital, para la creación, gestión y administración de los negocios en Internet.
Temas	• Web 2.0 • Introducción al Derecho Informático y las nuevas tecnologías • Consejos prácticos para consolidar su reputación de marca como para su negocio web. • Aspectos legales del comercio electrónico • El marketing viral • Google, Facebook, Redes Sociales, Empresas 2.0 y Web 3.0

	• El correo electrónico y los SMS spam. • La Mobile Marketing Association • Delitos Informáticos. • La protección del Bien Jurídico de la Información una realidad para las empresas • La protección de contenidos en la red: aspectos de propiedad intelectual a considerar • Taller para el Proyecto
Intensidad	6 horas (virtuales – seminario web)
Docente	**Germán Realpe Delgado (Colombia).** Abogado, especialista en Derecho Comercial y Derecho Informático de la Universidad Externado y de la Complutense de Madrid. Auditor Interno en la norma IS0 27001 de Seguridad de la Información. Miembro fundador de la Fundación Pensar Verde, primera organización en Latinoamérica en incentivar el reciclaje electrónico y el uso racional de tecnologías. Director de la Asociación de Profesionales de Derecho Informático y Nuevas Tecnologías de la Información y las comunicaciones, Acoditic. Miembro de la Subcomisión de Comercio Electrónico de la Cámara de Comercio de Bogotá y de la mesa sectorial de Cloud Computing de Cintel.

PÚBLICO OBJETIVO:
*Profesionales de la Comunicación, Publicidad, Marketing, Administración, Mercadeo y Ventas * Jefes de mercadeo y comunicaciones* Directores de marketing * Directores comerciales o ventas * Responsables de producto * Responsables y profesionales de área de negocio * Responsables y profesionales de centrales de medios * Directores y ejecutivos de cuenta * Directores de e-business * Gerentes de Pymes.

MODALIDAD: Presencial y virtual.

METODOLOGIA:

Programa dictado por docentes nacionales y extranjeros de manera presencial, el cual se complementa con conferencias virtuales. Las sesiones virtuales son mediadas tecnológica y pedagógicamente a través de seminarios web (webinar) y la plataforma E-Learning (Moodle), lo cual facilita la participación de estudiantes por fuera del aula física.

Para los estudiantes que tomen el programa con modalidad virtual, todas las sesiones de clase serán transmitidas online en tiempo real, en los mismos horarios de las sesiones presenciales.

El contenido está centrado en actividades de aprendizaje teórico-prácticas. A través de casos, talleres y ejemplos se hacen tangibles los conocimientos que se imparten. Adicionalmente durante la diplomatura los estudiantes deben desarrollar un proyecto aplicando los conceptos vistos.

Se facilita a los estudiantes la documentación del programa. Las memorias se publican al final de cada clase en la plataforma de aprendizaje virtual.

Requerimientos tecnológicos para seminarios web y diplomatura virtual: los estudiantes deben contar por fuera del aula con computador, conexión banda ancha, audífonos y micrófono.

CERTIFICACIÓN:
La Universidad Pontificia Bolivariana e Interlat Group otorgarán certificado a las personas que asistan como mínimo al 80% de las clases y cumplan con las actividades propuestas por los docentes.

INTENSIDAD: 90 horas (70 horas presenciales – 20 horas virtuales, seminarios web)

HORARIO:

Bogotá:
Sesiones presenciales: Viernes 5:00 PM - 9.00 PM y Sábados 8:00 AM - 2:00 PM
Sesiones virtuales - webinar: 1 vez por semana, duración 2H. Por definir horario, el módulo 8 se dicta de 7:00 - 10:00 PM

Medellín:
Sesiones presenciales: Lunes y Martes 5:00 PM - 10:00 PM, Módulos 4 y 7 clases los Lunes y Miércoles 5:00 PM - 10:00 PM
Sesiones virtuales - webinar: 1 vez por semana, duración 2H. Por definir horario, el módulo 8 se dicta de 7:00 - 10:00 PM

Cali, Bucaramanga y Barranquilla: por definir.

Para los estudiantes que tomen el programa con modalidad virtual, todas las sesiones de clase serán transmitidas online en tiempo real, en los mismos horarios de la diplomatura presencial en la ciudad de Bogotá.

LUGAR:

Medellín:
Universidad Pontificia Bolivariana, Sede El Poblado.
Cra. 43C No.5 – 173 Patio Bonito

Bogotá:
Universidad Pontificia Bolivariana, Unidad de Proyección y Gestión UPB Bogotá.
Sede Celam: Avenida Boyacá 169 D 75 (San José de Bavaria).

Sede campestre con parqueaderos vigilados y gratuitos.

Cali, Bucaramanga y Barranquilla: por definir.

VALOR:

Diplomatura Presencial: $2.950.000 (con 15% Dcto. $2.507.500)
Incluye: Certificación, material de trabajo, memorias, refrigerios.

Diplomatura Virtual: $2.400.000 (con 15% Dcto. $2.040.000)
Incluye: Certificación, material de trabajo, memorias.

DESCUENTOS:

- 15% Egresados UPB e Interlat, miembros comunidad CMLatam, grupos a partir de 2 personas de una misma entidad.
- 40% Estudiantes activos UPB de postgrado y último semestre pregrado
- 5% Adicional por trámite y pago de matrícula 20 días antes de iniciar el programa.

El descuento sólo se efectúa al momento de hacer el pago de la matricula.

FORMAS DE PAGO Y PROCESO DE INSCRIPCIÓN

En Bogotá:

Verificar disponibilidad de cupo en los teléfonos 57(1) 677 3647 - 57(1) 671 7544, celular 57(321) 803 0005. Cancelar, con base en el valor matrícula y los descuentos que apliquen, así:

Efectivo:
Consignación Bancolombia Cta. Cte No. **27406804905** a nombre de la UPB. Enviar comprobante vía electrónica al email upb.bogota@upb.edu.co ó vía fax al 57(1) 677 3647, adjuntando todos sus datos personales.

Tarjetas Débito – Crédito:
Directamente en la Unidad de Proyección y Gestión UPB Bogotá – Sede Celam: Av. Boyacá 169D -75 (San José de Bavaria).

Facturación a empresas:
Enviar solicitud vía email a upb.bogota@upb.edu.co indicando razón social, NIT, teléfono y dirección, los nombres completos y documentos de identidad de los participantes.

Financiación:
A través de Helm Bank, Covinoc, Banco Pichincha. Consúltenos sobre estas opciones. Para financiación de 6 a 12 meses con Interlat Group realice la aplicación en línea aquí

En Medellín:

Verificar disponibilidad de cupo en el teléfono 57(4) 3113244. Cancelar, con base en el valor matrícula y los descuentos que apliquen, así:

Efectivo:
Consignación Bancolombia Cta. Cte No.**27400467559** a nombre de la UPB. Enviar comprobante vía fax al 57(4) 3113244, vía electrónica al e-mail sede.poblado@upb.edu.co; upb.bogota@upb.edu.co adjuntando todos sus datos personales.

Tarjetas Débito – Crédito:
Directamente en la sede UPB Poblado (Cra. 43 C No.5 – 173 Patio Bonito).

Facturación a empresas:
Enviar solicitud vía email a sede.poblado@upb.edu.co; upb.bogota@upb.edu.co indicando razón social, NIT, teléfono y dirección, los nombres completos y documentos de identidad de los participantes.

Financiación:
A través de Helm Bank, Covinoc, Banco Pichincha. Consúltenos sobre estas opciones. Para financiación de 6 a 12 meses con Interlat Group realice la aplicación en línea aquí

MAYORES INFORMES:

Bogotá:
UPB Unidad de Proyección y Gestión.
Tel.: 57 (1) 677 3647 – 671 7544
Cel: 57 (321) 803 0005
Email: upb.bogota@upb.edu.co

Medellín:
UPB Sede El Poblado.
Tel.: 57 (4) 311 3244
Cel: 57 (321) 803 0005
Email: sede.poblado@upb.edu.co; upb.bogota@upb.edu.co

Interlat Group:
Tel.: 57 (1) 658 2959
Cel: 57 (317) 384 9638
email: info@interlat.co
www.interlat.co