

Curso en

Modelos analíticos de Marketing

Sigue aprendiendo, sigue creciendo

Índice

Descripción	02
Información general	03
Metodología	04
Contenidos	05
Profesores	06
Certificación	07
Propuesta de valor UC	08
Contacto	09

Curso en Modelos analíticos de Marketing

 Duración
75 Horas

 Modalidad
Online Mixta

 Sence
Código: 1238052412

Descripción

El desarrollo de modelos analíticos, posibles gracias a los avances tecnológicos de almacenamiento y procesamiento de datos, hacen sentido, sí y sólo sí, tienen un propósito claro, bajo un contexto en particular. Este curso, por tanto, ayuda a dar respuesta a problemáticas genéricas de la disciplina del marketing que pueden ser modeladas a través de técnicas de data mining. El desafío que aborda este curso es, modelar considerando las complejidades y desafíos del marketing actual, como la fragmentación de audiencias, la omnicanalidad de los negocios, viajes del cliente cada vez más complejos gracias al incremento de las interacciones cliente-empresa a través de canales remotos, lo que se traduce en una pérdida de control en la construcción de experiencias del cliente.

Dado lo anterior, las organizaciones que logran beneficiarse de la tecnología para reducir la incertidumbre y tomar mejores decisiones de marketing, podrían llegar a tomar una posición ventajosa en una determinada industria. Modelos que permitan conocer al nuevo cliente, entender qué busca y personalizar la interacción cliente-organización, pueden generar un impacto positivo y beneficiar a todos los stakeholders involucrados.

¿A quién va dirigido?

Profesionales que se desempeñan en el ámbito del Marketing analítico, proveedores o clientes de empresas del rubro, empresarios que deseen incursionar y desarrollar proyectos en estas materias, o bien todos aquellos profesionales interesados en adquirir conocimientos relacionados.

Resultados de aprendizaje

- Identificar los conceptos y desafíos fundamentales de la analítica de marketing.
- Distinguir los pasos de un modelo de análisis de datos aplicable al marketing.
- Analizar modelos de prospección de clientes y optimización de comunicación de marketing.
- Relacionar la gestión de la relación con el cliente y el uso de modelos de analítica de datos.
- Aplicar indicadores para la evaluación de la gestión de la relación con el cliente en una organización.
- Diseñar una propuesta de marketing con foco en la gestión de la relación con el cliente de una organización.

Requisitos de ingreso

Se sugiere tener

- Grado académico, título profesional universitario y/o título técnico.
- Experiencia profesional en empresas u organizaciones relacionadas al área del curso.
- Conocimiento del idioma inglés a nivel lectura.

Medios de pago Chile

- 12 cuotas tarjeta de crédito sin interés para nuestros diplomados y 3 cuotas tarjeta de crédito sin interés para nuestros cursos. En caso de existir interés, este será generado específicamente por su banco.
- Transferencia bancaria.

Medios de pago Internacional

- Pago al contado a través de transferencia bancaria
- Pago en cuotas para nuestros diplomados a través de cuponera electrónica (*)
- Pago a través de Paypal

(*) Cuponera electrónica: Sistema de pago en cuotas, sin interés.

Metodología 100% Online



Aprendizaje interactivo y con acompañamiento de tutores

Contamos con una plataforma LMS que permite acceder a contenidos interactivos, participar en clases en vivo y conectarte con otros participantes desde cualquier lugar. Cada programa incluye un tutor académico que te orientará y resolverá tus dudas a través de la plataforma.

Clases grabadas y en vivo con evaluación en línea

Cada curso incluye 6 clases online, que puedes realizar a tu ritmo y 2 sesiones en vivo por streaming, lideradas por académicos expertos. Podrás interactuar, hacer preguntas y debatir con tus compañeros. Al finalizar, se realiza una evaluación en línea con acceso a instrucciones y soporte técnico.

Material de estudio

Desde el inicio tendrás acceso al material de estudio necesario, incluyendo clases, videos, casos, papers y más, todo disponible en línea en cualquier momento.

Estrategias metodológicas: Cada curso está constituido de 6 clases e-learning y 2 clases sincrónicas:

- Aprendizaje autónomo asincrónico
- Clase expositiva
- Foro formativo
- Controles formativos

Estrategias evaluativas: Cada curso cuenta con las siguientes actividades de evaluación formativa:

- 6 controles individuales
- 3 foros
- 1 examen
- 1 trabajo grupal

Contenido del Curso en:

Modelos analíticos de Marketing

Profesora: Carolina Martínez

Profesor: Nicolás Ganter

Conceptualización de la analítica de marketing

- Contexto desafíos actuales del marketing en ambientes altamente competitivos.
- Beneficios de la implementación de modelos analíticos de marketing para mejorar la toma de decisiones.
- Problemáticas de marketing usualmente modeladas a través de minería de datos.

Metodología CRISP-DM (Proceso intersectorial estándar para la extracción de datos)

- Método CRISP-DM (6 pasos).
 - Entendimiento del negocio.
 - Comprensión de los datos.
 - Preparación de los datos.
 - Modelado.
 - Evaluación.
 - Implementación.

Optimización de la comunicación de marketing

- Modelos de prospección de clientes (identificación de buenos prospectos, elección de canales de comunicación de marketing, diseño de mensajes apropiados con las características del target).
- Modelos de elección y optimización de herramientas de comunicación de marketing (encaje con el perfil del target, optimización de campañas de marketing directo, optimización de presupuesto y efectividad).

Modelos de CRM (Customer Relationship Management)

- Perfilamiento en base a información conductual del cliente.
- Determinación del valor del cliente (por ejemplo: CLV – *customer life time value*).
- Cross-selling, up-selling, y recomendaciones.

Modelos de retención y fuga

- Modelos de reconocimiento de intención de fuga.
- Modelos de clasificación fugados/no fugados.
- Modelos predictivos de fuga (¿predecir quienes se irán versus por cuánto tiempo se quedarán?)

Implicancia de negocios y de marketing

- Aspectos estratégicos de la interpretación de modelos analíticos de marketing.
- Trade-off entre la precisión y el grado de comprensibilidad de los modelos (qué tan bueno es trabajar con modelos de “caja negra”).
- Implementación de modelamiento en tiempo real.

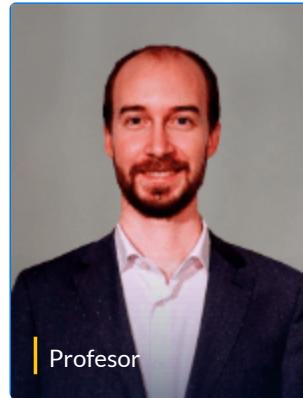
Profesores



Carolina Martínez

Ph.D. in Business and Management, The University of Manchester, Reino Unido.

| Profesora



Nicolás Ganter

Magíster en Finanzas, Universidad de Chile.

| Profesor

Certificación



Insignia Digital

Al finalizar el programa, recibirás esta insignia digital, que podrás incorporar en tu CV o compartir en LinkedIn. Estas insignias detallan exhaustivamente los logros y habilidades del estudiante, proporcionando una forma moderna, precisa y verificable de documentar conocimientos en contraste con los métodos tradicionales. También podrás añadirlas a una billetera digital o integrarlas en la firma de tu correo electrónico.

Certificado



Diploma



Todos nuestros certificados se pueden verificar en línea

Certificados apostillados

Una de las características más importantes de los títulos emitidos por la Pontificia Universidad Católica de Chile es que pueden ser apostillados gracias al Convenio de la Apostilla de la Haya. La Apostilla es una certificación única que permite agilizar el proceso de acreditación y certificación de títulos o documentos extranjeros en algún país miembro del Convenio de la Apostilla. Los documentos emitidos en Chile para ser utilizados en un país miembro del Convenio de la Apostilla que hayan sido certificados mediante una Apostilla, deberán ser reconocidos en cualquier otro país del convenio sin necesidad de otro tipo de certificación. La Universidad no se hace parte de la gestión de apostillarlo. Más información sobre el proceso de Apostilla.

¿Por qué elegirnos?

N°1

De Chile
Ranking QS 2026

N°116

En el mundo
Ranking QS 2026

7 AÑOS

De acreditación
en las 5 áreas evaluadas
por CNA

N°1

En Chile
En solicitudes de
patentes de invención

Lo que nos distingue

Profesores de clase mundial

Nuestro proceso educativo es apoyado y guiado por la excelencia, el sello y el prestigio de los académicos de la Pontificia Universidad Católica de Chile, formados en las mejores universidades a nivel mundial.

Moderno modelo pedagógico

Contamos con una plataforma interactiva, con la última tecnología en educación a distancia, que te permitirá vivir la experiencia del aprendizaje en línea: Acceso a clases en vivo y constante interacción en foros, con académicos y tutores.

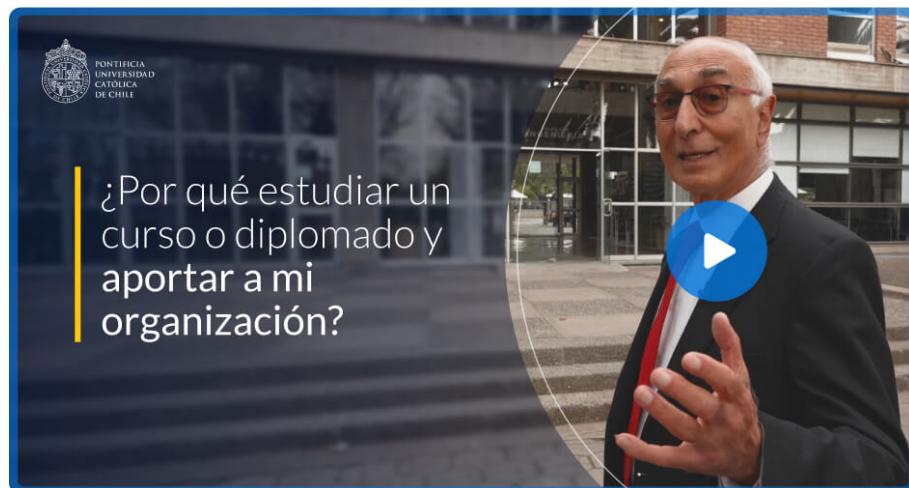
Flexibilidad

Tenemos diversos programas académicos que impartimos con un exclusivo e innovador sistema de aprendizaje, enfocado en la flexibilidad y adaptado a tus necesidades de tiempo y espacio, permitiendo que puedas estudiar donde quieras y cuando quieras.

Cobertura nacional e internacional

Accederás a la plataforma educativa virtual desde cualquier lugar con conectividad a internet sin importar tu ubicación geográfica.

Desarrolla el talento dentro de tu empresa



Conoce cómo impulsamos el desarrollo profesional con programas flexibles y certificados.

Contacto



Kristal Ulloa
Ejecutiva de Admisión

kristal.ulloa@uc.cl



Paulina Valenzuela
Ventas Corporativas

pvalenzr@uc.cl



+569 3400 2670



infoindustrial.ing@uc.cl



ingenieriaindustrial.ing.uc.cl



Ingeniería Industrial

Educación Continua y Postgrados