

Diplomado en

# Estrategias digitales para la organización

Sigue aprendiendo, sigue creciendo

## Índice

Descripción	02
Información general	03
Metodología	04
Contenidos	05
Profesores	09
Certificación	10
Propuesta de valor UC	11
Contacto	12

## Diplomado en Estrategias digitales para la organización

 Duración  
300 horas

 Modalidad  
Online Mixta

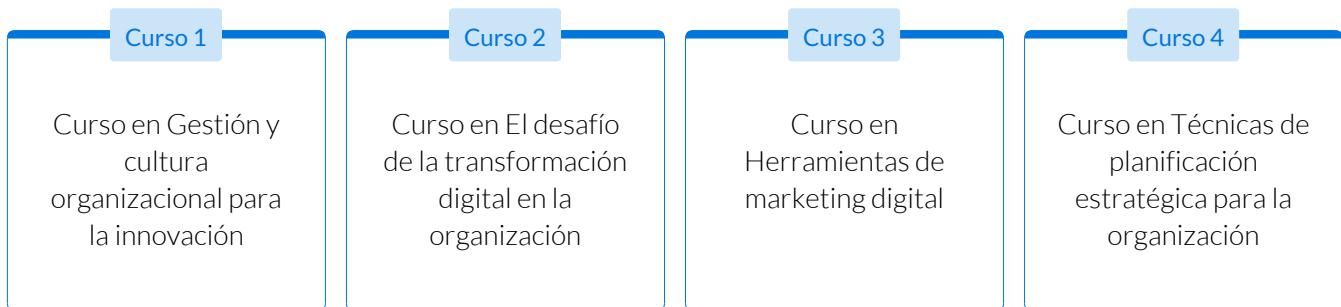
 Sence  
Cobertura: 100%

### Descripción

Este diplomado busca que los participantes sean capaces de idear, construir y desplegar estrategias de negocios competitivas, ya sea a nivel corporativo o en áreas de marketing, que respondan a los nuevos contextos y exigencias de los mercados digitales.

En particular, los estudiantes adquirirán conceptos y aplicaciones de innovación y transformación digital que les permitirán tener una mirada integral de las capacidades actuales, de la organización, y de las que deben desarrollar para el despliegue eficaz de la estrategia digital. Para ello, se revisarán distintos marcos de referencias para poder ajustar dicha estrategia digital a la naturaleza del negocio y las características de la industria.

### Malla académica



(\*) El orden de los cursos dependerá de la fecha en que te matricules

## ¿A quién va dirigido?

Este programa está dirigido a profesionales, ejecutivos o emprendedores de diversas disciplinas, que hoy se desempeñen o quieran desempeñarse en el desarrollo de estrategias sustentadas en tecnologías digitales para empresas u organizaciones de carácter privadas, públicas o sociales que permitan apalancar nuevos modelos de negocios. También está dirigido a quienes desean profundizar sus conocimientos en estrategias de alto impacto para las nuevas redes de posicionamiento en mercado emergentes.

## Resultado de aprendizaje general

- Implementar estrategias digitales innovadoras alineadas a los contextos organizacionales.

## 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

# 1

## Contenido del Curso en: Gestión y cultura organizacional para la innovación

Jefe de programa / Profesor: Michael Leatherbee

Profesora: Verena Müller

### ¿Por qué es importante (y tan difícil) innovar?

- La urgencia de la innovación para las organizaciones.
- Análisis de las amenazas y oportunidades.
- ¿Por qué fracasan las organizaciones (que fueron) innovadoras?
- Reglas básicas para lograr la innovación sostenible.
- Ambidiestría organizacional.

### ¿Dónde apostar al innovar?

- Una misión estratégica para la innovación.
- ¿Cómo definir desde dónde y cómo competir?
- ¿Dónde, en qué innovar?
- ¿Cuánto innovar?
- ¿Por qué diversificar?

### ¿Cómo hacer surgir y sostener las capacidades innovadoras de la organización?

- ¿Cómo organizar la innovación en una organización: conducción y ejecución?
- Aspectos críticos de la conducción o gestión.
- Presupuesto, reporte cuantitativo y métricas.
- ¿Quiénes ejecutan la innovación?

### ¿Cómo crear una cultura innovadora?

- ¿Cómo se identifican las culturas?
- ¿Cuál es la relación entre cultura y desempeño?
- Los componentes de la cultura.
- ¿Cómo cambiar una cultura?

### ¿Por qué ciertos comportamientos favorecen la innovación?

- La oportunidad como un nexo problema-solución.
- Paisaje de oportunidades.
- Oportunidades de alto valor residen en lugares cognitivamente distantes.
- Comportamientos que permiten descubrir y objetivizar el paisaje de oportunidades.
- Ejemplos de comportamientos innovadores: El ADN del innovador.

### ¿Cómo evitar las trampas que sofocan la innovación?

- El campo minado que deben sobrevivir las ideas creativas.
- La legitimidad de los éxitos pasados versus el pensamiento original.
- Método NABCs para comunicar la innovación.
- Indicadores de desempeño (KPIs) que invisibilizan (visibilizan) la innovación.

## 2

# Contenido del Curso en: El desafío de la transformación digital en la organización

Profesor: Martin Meister

## Amenazas y Oportunidades de Transformación Digital

- Qué entendemos por transformación digital
- La temida disruptión digital
- El vórtice digital
- 4 maneras de ser disruptivo
- Oportunidades de transformación digital a través de los 5 dominios
- La guía maestra de los que se transforman

## Desde los productos a las Plataformas Digitales

- Las Plataformas Digitales
- Un vistazo a las empresas basadas en plataforma
- Características de las Plataformas Digitales
- El efecto de red en las Plataformas
- Mercados bilaterales o Mercados de dos lados
- Los negativos del efecto de red
- La fijación de precios
- Subsidios en el modelo de plataformas
- Mapa del Modelo de Negocios de Plataforma

## Modelos de negocios transformacionales

- Qué es un modelo de negocios
- Tendencias tecnológicas
- Necesidades del mercado
- Dónde se juntan las tendencias tecnológicas con las necesidades
- Los modelos de negocios transformacionales
- Cómo lograr cada una de las características clave
- No todas las tendencias tecnológicas afectan
- Cómo impactan las características transformacionales al mercado

## Estar listos para el Futuro Digital

- Claves para estar listos para el Futuro Digital
- Los estados de las organizaciones
- Los diferentes caminos para transformarse
- Las explosiones organizacionales
- Las explosiones dentro de cada camino
- Las etapas de la IA empresarial

## Priorización de proyectos de transformación digital

- Algunos alcances para priorizar
- La matriz impacto-esfuerzo
- Ejemplo de la utilización de la matriz impacto-esfuerzo
- Criterios para apoyar la selección de oportunidades
- Pertener a la infraestructura central o CORE
- Listas para ser probadas
- Contar con los datos iniciales y cómo obtenerlos
- Tener las métricas para medir el éxito

## Desarrollo de las capacidades de Liderazgo Digital

- Maestría Digital
- Visión Digital Transformativa
- Involucrar a la organización a gran escala
- Gobernanza digital
- Capacidades de liderazgo tecnológico
- Habilidades de la fuerza laboral

### 3

## Contenido del Curso en: Herramientas de marketing digital

Profesor: Martin Meister

### Elementos de un plan de marketing digital

- Análisis situacional (análisis del medio ambiente digital, del medio interno digital, el remix digital, análisis FODA).
- Los modelos digitales.
- Las tácticas digitales.
- Las campañas de marketing digital.

### Etapas de las campañas de marketing digital

- Fijación de los objetivos.
- Determinación de las audiencias digitales.
- Contenido y oferta.
- Selección del mix de canales digitales.
- Mecanismos de respuesta.
- Etapa de control.

### Contenido para la web

- Generación de contenido para la web.
- Los diferentes soportes para los contenidos.
- Elección del tipo de contenido.
- Los *blogs*.

### El mix de canales digitales

- El mix digital y los objetivos RACE.
- La generación de tráfico web.
- Principales tácticas para cada canal digital (*search engine optimization, search engine marketing, social media marketing, email marketing, display marketing, affiliate marketing*).

### Planificación de las actividades de marketing digital

- Determinación del presupuesto de una campaña.
- La importancia de las conversiones.
- Planificación y seguimiento de una campaña.

### Marketing digital en acción

- Ejemplo de la planificación y seguimiento de una campaña.
- Campañas de *inbound marketing*.
- Campañas de *influencers*.
- Campañas de *referral marketing*.
- Crecer aceleradamente con *growth hacking*.

## 4

# Contenido del Curso en: Técnicas de planificación estratégica para la organización

Profesor: Antonio Kovacevic

## Introducción a la estrategia

- El entorno de los negocios que enfrentamos en la actualidad
- ¿Tendremos que hacer estrategias en un mundo tan cambiante como el actual?
- Definición de estrategia

## El proceso de formulación estratégica

- Proceso clásico de definición e implementación de estrategia
- Contexto externo e interno
- Misión
- Visión
- Valores
- Formulación de la estrategia

## El proceso de implementación estratégica

- Proceso clásico de implementación de estrategia
- Plan estratégico
- Programación estratégica
- Implementación y control de gestión
- El Diamante de la Excelencia Organizacional: Una nueva manera de implementar y controlar la gestión estratégica
  - Las etapas de la Excelencia Organizacional
  - Sinergia existente entre los elementos del diamante de la excelencia organizacional

## Modelos para la formulación de una estrategia

- Marcos metodológicos que apoyan parte o la totalidad del proceso estratégico
- Cinco arquetipos de estrategia
- Un modelo clásico: El enfoque basado en los recursos
- Un enfoque centrado en el cliente: El modelo Delta

## Otras metodologías más disruptivas para la formulación de una estrategia

- Una metodología más innovadora: El modelo Canvas
- Design Thinking aplicado a la estrategia
- Estrategias ágiles

## Modelos para la implementación estratégica

- El modelo de Robert Anthony: "*Management Control Systems*"
- El modelo de las 4 disciplinas de la ejecución de Covey
- El modelo de congruencia de O'Reilly
- El *Balanced Scorecard*
- El Diamante de la Excelencia Organizacional

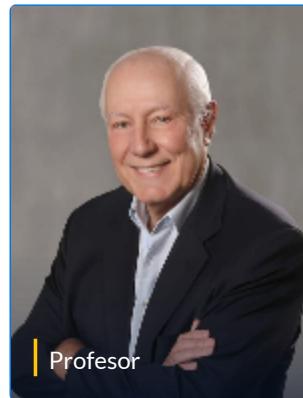
## Profesores



Jefe de programa /  
Profesor

**Michael Leatherbee**

Ph.D. in Strategy,  
Organizations, Technology  
and Entrepreneurship,  
Stanford University,  
California, USA.



**Antonio Kovacevic**

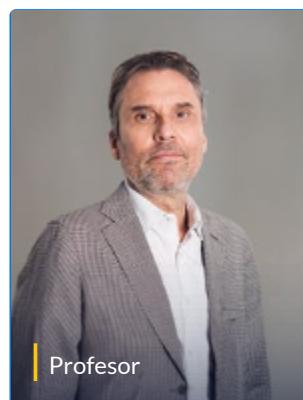
Ph.D. of Business  
Administration and  
Management, Case  
Western Reserve  
University, Ohio, USA.



Profesora

**Verena Müller**

Magíster en Innovación,  
Universidad Católica de  
Chile.



**Martin Meister**

Master in Marketing  
Management de Boston  
University, Boston, USA.

## 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 Pontifical 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.

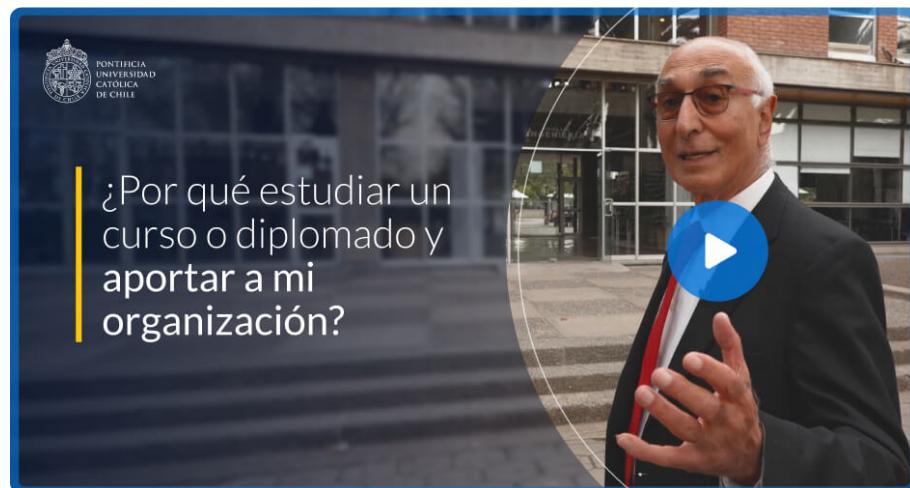
### Flexibilidad

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](mailto:kristal.ulloa@uc.cl)



**Paulina Valenzuela**  
Ventas Corporativas

[pvalenzr@uc.cl](mailto:pvalenzr@uc.cl)



+569 3400 2670



[infoindustrial.ing@uc.cl](mailto:infoindustrial.ing@uc.cl)



[ingenieriaindustrial.ing.uc.cl](http://ingenieriaindustrial.ing.uc.cl)



# Ingeniería Industrial

Educación Continua y Postgrados