

Diplomado en

Marketing digital

Sigue aprendiendo, sigue creciendo

ingenieriaindustrial.ing.uc.cl

Índice

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

Diplomado en Marketing digital



Duración
300 horas



Modalidad
Online Mixta



Sence
Cobertura: 100%

Descripción

Estamos viviendo una revolución en la manera que la gente se comunica, encuentra los productos y servicios que desea, y elige donde comprar o hacer negocios. Las personas se vuelcan a la web para buscar lo que necesitan; ya sea en Google u otro buscador en red, utilizando herramientas online de mensajería y comunicación (mensajes instantáneos, emails, foros, WhatsApp, Facebook entre otros) y/o comprando productos vía portal de e-commerce. Las empresas que atraen la atención ya no son aquellas con grandes presupuestos publicitarios u ostentosos avisos de televisión, sino las que cuentan con contenido y presencia en la web, y entregan información atractiva y útil en el momento que los potenciales compradores estén interesados. En este contexto, el diplomado entrega herramientas y conocimientos, a los profesionales, del negocio digital para que logren incorporarlo como parte integral de la estrategia comercial.

Malla académica

Curso 1

Curso en Diseño de experiencia para el usuario digital

Curso 2

Curso en Herramientas para la gestión de canales digitales en la organización

Curso 3

Curso en Herramientas de marketing digital

Curso 4

Curso en Herramientas para optimización y desarrollo de estrategias para redes sociales

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

¿A quién va dirigido?

Profesionales que se desempeñan en el área de mercadeo digital, o bien, todos aquellos profesionales interesados en adquirir conocimientos y herramientas aplicadas a los negocios digitales para lograr incorporarlo como parte esencial de sus estrategias comerciales.

Resultados de aprendizaje general

- Analizar la importancia de la publicidad estratégica para la generación de contenido relevante en las campañas de marketing digital.
- Diseñar una estrategia digital capaz de llegar a las audiencias objetivo, pasando por el plan de marketing digital y sus campañas comerciales.

Requisitos de ingreso

Se sugiere tener

- Tener grado académico, título profesional universitario y/o título técnico.
- Al menos 2 años de experiencia profesional en empresas u organizaciones relacionadas al área del diplomado.
- 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:

Diseño de experiencia para el usuario digital

Profesor: Alejandro Woywood

Profesor: Rodrigo Montabone

Servicio al cliente en la transformación digital

- Los nuevos medios y riesgo reputacional.
- Multiplicidad de canales ¿la misma empresa?
- Centro en el cliente.
- Tecnología.
- Indicadores.
- Chile vs el resto.

La experiencia de cliente en la relación entre empresas y consumidores

- Algunas definiciones.
- Un poco de historia.
- La disciplina.
- Algunos casos actuales.
- Experiencia digital.
- La evolución de la disciplina.

¿Por qué nos interesa la usabilidad?

- El comienzo de la Usabilidad Web.
- Cambios en el diseño.
- La usabilidad puede cambiar el mercado.
- Cambios en la competencia.
- Ejemplos de Usabilidad “mejorable”.

Crear productos usables

- Pasos para diseñar y crear un nuevo producto.
- Ejemplo de Diseño UX.

Medir la usabilidad

- Sentir el dolor del usuario.
- ¿De quién es la culpa?
- Deuda de Usabilidad.
- Objetivos del testeo.
- Testear un producto digital: Web o App.
- Testear un videojuego.
- Herramientas para testeo.
- Indicadores de éxito de una tarea (KPI).
- Metodología Lean y PMV.

Gamificación

- La Gamificación.
- Ejemplos de Gamificación.
- Gamificación y usabilidad.
- ¿Qué características tiene un juego?
- ¿Por qué jugamos?
- Cómo Gamificar.

2 Contenido del Curso en: **Herramientas para la gestión de canales digitales en la organización**

Profesor: Juan Pedro García

Diseño WEB

- El poder de los consumidores.
- El viaje para desarrollar un sitio web.
- Como escoger un CMS.

Mobile marketing y geolocalización

- El ascenso sin parar de la movilidad.
- Mobile marketing.
- Geolocalización.

E-Commerce ¿Cómo desarrollar una tienda online y atraer clientes?

- Construyendo un modelo integral de e-commerce.
- El análisis de resultados.
- Pasos para elegir una herramienta de e-commerce.

Cómo operar en una marketplace y participar en eventos como los cybers

- Los marketplaces.
- Los días de ofertas masivas en internet.

CRM aplicado a marketing digital

- Los CRM.
- Módulos de un CRM.
- Las métricas y resultados que el CRM entregará a mi negocio.
- Las tendencias en CRM.

Métricas clave para gestión de marketing digital

- Métricas de redes sociales y aplicaciones.
- Métricas de campañas pagadas.
- Métricas de email marketing.
- Métricas web, E-commerce y Content Marketing.
- Dashboards o cuadros de mando.

3

Contenido del Curso en:

Herramientas de marketing digital

Profesor: Martín 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: Herramientas para optimización y desarrollo de estrategias para redes sociales

Profesor: Ariel Jeria

Como desarrollar una completa estrategia en RRSS

- Definir objetivos y KPIs.
- Que es un Benchmark y para que se utiliza.
- Definamos nuestro público objetivo.
- Selección de redes sociales: donde poner los esfuerzos.
- Definir periodicidad de publicación.
- Subir contenido, escuchar, patrocinar y retroalimentar la estrategia.

Marketing de contenidos en plataformas digitales

- La importancia del *Branded content*.

Deep Dive I: Facebook, Instagram, X (Twitter), LinkedIn

- Facebook.
- Instagram.
- X (Twitter).
- LinkedIn.

Deep Dive II: YouTube, Whatsapp, Messenger y Tiktok

- Youtube.
- TikTok.
- WhatsApp.
- Messenger.

Influenciadores, manejo de crisis en redes sociales y social listening

- Marketing de influenciadores.
- Manejo de crisis en redes sociales.
- *Social listening* o escucha social.
- Métricas cuantitativas y cualitativas.

Analítica y KPIS para medir el éxito en redes sociales

- Segmentación: Como hacerlo de manera eficiente.
- Métricas más relevantes en Redes Sociales. ¿Cuáles son?

Profesores



Sergio Maturana

Ph.D. in Management,
University of California, Los
Ángeles, UCLA, Los Ángeles,
USA.

Jefe de programa



Ariel Jeria

MBA, Pontificia Universidad
Católica de Chile, Santiago,
Chile.

Profesor



Alejandro Woywood

Magíster en Sistemas de
Información, Pontificia
Universidad Católica de
Chile, Santiago, Chile.

Profesor



Rodrigo Montabone

Ingeniero Civil de
Computación de la
Pontificia Universidad
Católica de Chile

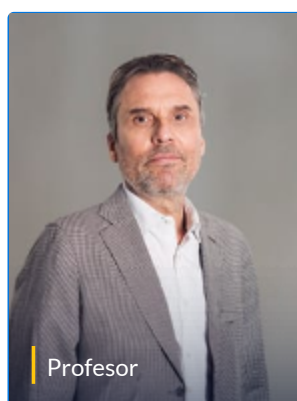
Profesor



Juan Pedro García

Ph.D (c) en Comunicaciones
mención Cambio Social y
Desarrollo, Universidad
Complutense de Madrid,
Madrid, España.

Profesor



Martin Meister

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

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