

Diplomado en

Marketing estratégico

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 Marketing estratégico

 Duración
300 horas

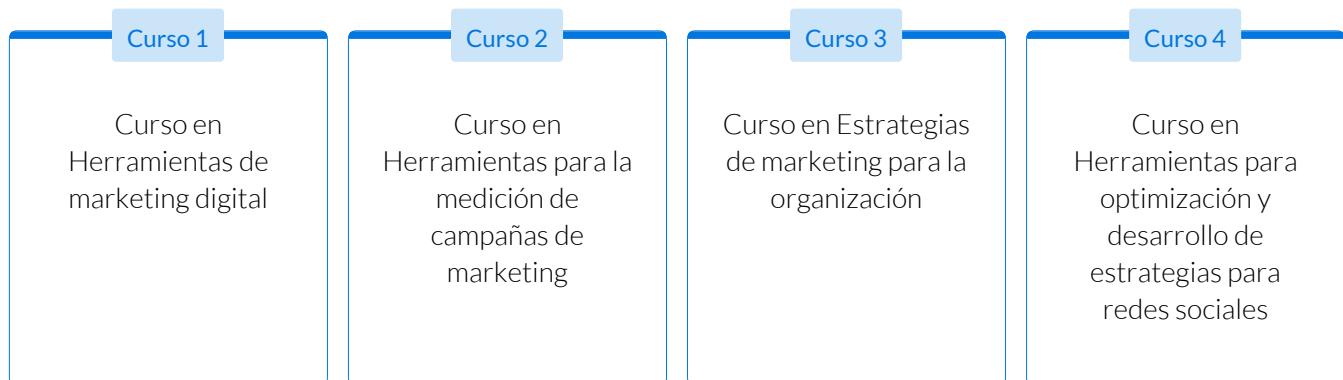
 Modalidad
Online Mixta

 Sence
Cobertura: 100%

Descripción

Este diplomado busca mejorar las capacidades de gestión de estrategias comerciales que aumentan la valorización de los productos y servicios de la empresa por parte de los clientes; incluyendo además temas estratégicos, como los de segmentación de mercados, posicionamiento, diferenciación, diseño de nuevos productos; temas de apoyo en la toma de decisiones, como la investigación de mercado, marketing uno a uno y herramientas analíticas. Adicional a esto, temas tácticos como la fijación de precios, inversión en la publicidad, gestión de la marca, diseño y gestión de promociones de venta, la fuerza de venta y de los canales de distribución, abordados desde una perspectiva estratégica y de orientación al cliente. Se incorporan también las nuevas tendencias en marketing digital.

Malla académica



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

¿A quién va dirigido?

Profesionales que se desempeñan en el ámbito de marketing en organizaciones públicas o privadas, o bien, todos aquellos profesionales interesados en mejorar las capacidades de gestión de estrategias comerciales.

Resultados de aprendizaje general

- Analizar las diferencias entre distintas estrategias de marketing disponibles apoyándose en herramientas como segmentación de mercados, posicionamiento, diferenciación, diseño de nuevos productos, etc.
- Aplicar metodologías de fijación de precio, inversión en la publicidad, gestión de la marca, diseño y gestión de promociones de venta, la fuerza de venta y de los canales de distribución.

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: **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*.

2

Contenido del Curso en: **Herramientas para la medición de campañas de marketing**

Profesora: Carolina Martínez

Introducción al Marketing Operacional

- Modelo básico del Proceso de Marketing.
- Concepto de Valor.
- Herramientas de medición de campañas de marketing.
- Beneficios de la implementación de herramientas de medición de campañas.

Segmentación, Targeting y Posicionamiento

- Marketing masivo, diferenciación o selectivo.
- Segmentación y Targeting.
- Segmentación ¿Cómo implementarla?
- RFM (Recency, Frequency and Monetary Value).
- Posicionamiento Estratégico.
- Mapas de Posicionamiento.

Conducta del Consumidor

- Conducta de compra de los consumidores.
- Factores que influyen sobre el comportamiento del consumidor.
- Modelo estímulo-respuesta.
- Procesos psicológicos fundamentales.
- Indicadores relacionados a la conducta del consumidor.

Producto y Plaza

- Niveles de Producto.
- Ciclo de vida del producto.
- Servicios.
- Canales de distribución.
- Multicanalidad versus omnicanalidad.

Precios

- Estrategias de fijación de precios.
- Estrategias de precios para productos nuevos.
- Estrategias de precios para mezcla de productos.
- Estrategias para ajustes de precios.

Promoción

- Comunicación Integrada de Marketing (IMC).
- Herramientas de Comunicación de Marketing.
- Embudo de Conversión.

3

Contenido del Curso en: **Estrategias de marketing para la organización**

Jefe de programa / Profesor: Sergio Maturana

Conceptualizando el marketing estratégico

- Conceptos básicos de marketing.
- Gestión del marketing.
- Enfoque empresarial de mercado.
- Fundamentos del marketing estratégico.

El comprador y la gestión de la información

- Comportamiento del comprador.
- El proceso de decisión de compra.
- Comportamiento del comprador institucional.
- Sistemas de información para marketing.
- Medición del mercado y predicción.

Segmentación, diferenciación y posicionamiento

- Segmentación y selección de mercados.
- Diferenciación.
- Posicionamiento.
- Marketing directo, marketing relacional e *inbound marketing*.

Productos y servicios

- Ciclo de vida del producto.
- El proceso de adopción.
- Desarrollo de productos nuevos.
- Etapas en el proceso de desarrollo de nuevos productos.
- Productos y servicios.

Precio y plaza

- Fijación de precios.
- Modificación de precios.
- Iniciación y respuesta ante cambios en los precios.
- Plaza – distribución.

Promoción

- Comunicación en el marketing.
- Publicidad.
- Relaciones públicas.
- Promociones de ventas.
- Fuerza de venta.
- Marketing directo, redes sociales, *influencers* y *product placement*.

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



Jefe de programa /
Profesor

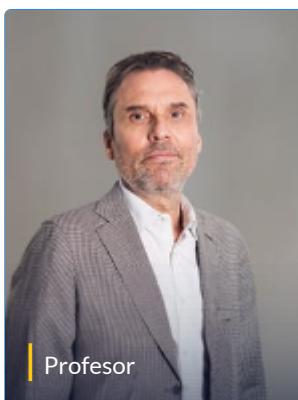
Sergio Maturana

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



Ariel Jeria

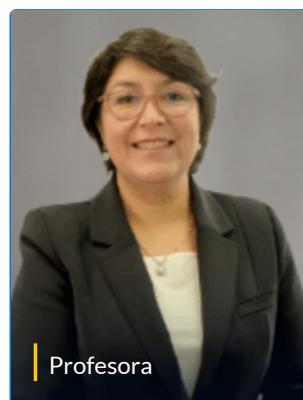
MBA, Pontificia Universidad
Católica de Chile, Santiago,
Chile.



Profesor

Martin Meister

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



Carolina Martínez

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

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.

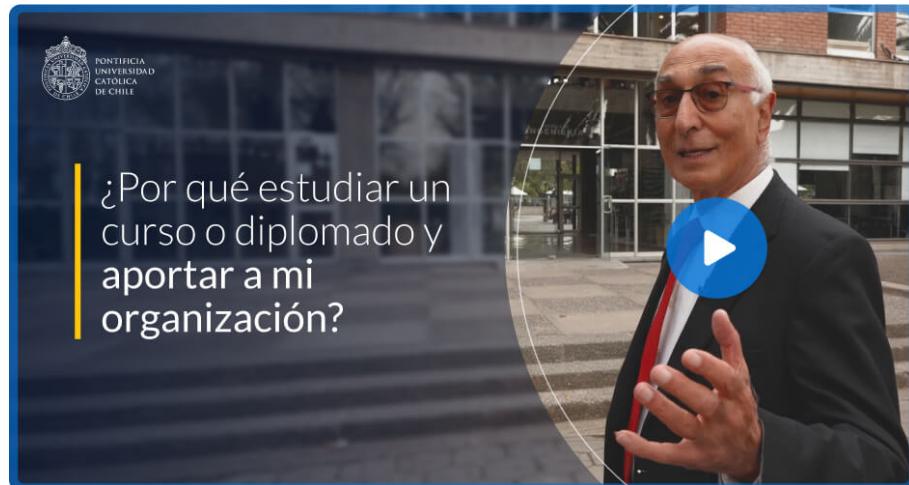
Flexibilidad

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