

Diplomado en

# Marketing Operacional

Sigue aprendiendo, sigue creciendo

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



**Duración**  
300 horas



**Modalidad**  
Online Mixta



**Sence**  
Cobertura: 75%

### Descripción

El objetivo de este diplomado es entregar herramientas para que los participantes comprendan los conceptos fundamentales y adquieran las técnicas esenciales para ejecutar los procesos de concepción de un producto, la definición del precio, la promoción y la distribución necesarias para crear negocios rentables.

Al finalizar el programa, los participantes podrán liderar la implementación de la estrategia de marketing operacional que mejoren los resultados de venta y posicionamiento de sus organizaciones.

### Malla académica

#### Curso 1

Curso en Buscando  
oportunidades de  
marketing

#### Curso 2

Curso en  
Herramientas para la  
medición de  
campañas de  
marketing

#### Curso 3

Curso en Modelos de  
pricing y revenue  
management

#### Curso 4

Curso en Técnicas  
para la gestión en  
logística

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

## ¿A quién va dirigido?

Profesionales de distintas áreas del conocimiento como: ingenieros comerciales, ingenieros civiles, estadísticos, etc. que trabajan en el área de marketing y/o comercial, así como profesionales que participen o deseen trabajar en cadenas de distribución de bienes de consumo masivo, industriales o servicios, incluyendo roles en proveedores, mayoristas y distribuidores.

## Resultados de Aprendizaje General

- Diseñar planes de marketing operacional que consideren la concepción de productos, la determinación del precio, el tipo de promoción y la distribución que permita rentabilizar el producto y entregar valor a los clientes.
- Identificar acciones de marketing que aumenten la rentabilidad de las organizaciones.
- Analizar los aspectos estratégicos, operacionales, y psicológicos en la fijación de precios.
- Diseñar técnicas prácticas de gestión logística para un manejo eficiente de su centro de distribución y de su cadena de abastecimiento.

## Requisitos de ingreso

Se sugiere tener

- Grado académico de licenciatura, título profesional o técnico
- Al menos 2 años de experiencia profesional en empresas u organizaciones relacionadas al área del diplomado.
- Manejo básico de office e internet.
- 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:

## Buscando oportunidades de marketing

Profesor: Andrés Ibáñez

### Buscando oportunidades de marketing y Desarrollo de Modelo de Negocios

- Descubriendo oportunidades de marketing.
- Disrupción en los modelos de negocios.
- Componentes de un modelo de negocios.
- Desagregando el marketing y el modelo de rentabilidad:
  - Volumen.
  - Precio.
  - Costos y Gastos.

### Segmentación de Mercado

- El concepto de segmentación: Creación de valor.
- Segmento objetivo: Ejemplos de herramientas prácticas.
- Concepto de segmentación: Conductas del consumidor.
- Variables de segmentación avanzada y targeting.
- Ejemplos de Variables de Segmentación.

### Métodos de Segmentación

- Data Mining y modelos estadísticos.
- Nuevas herramientas de segmentación en internet.
- Selección del mercado: targeting paso a paso.
- Segmentación por Valor de por Vida del Cliente y Ley de Pareto.
- Modelo de Segmentación RFM.

### Estrategia de Posicionamiento de Marca

- Influencias de consumidores en el posicionamiento de marca.
- Definición de Posicionamiento.
- Buscando un espacio diferente, relevante, sustentable y memorable.
- Declaración de Posicionamiento.
- Creando Valor de Marca.

### Información de Cliente y Prospectos para identificar oportunidades

- Métodos generales de captura de información
- El rol de la investigación de mercado cualitativa y cuantitativa
- Métodos con bases de datos relacionales

### Innovación en Marketing: Buscando oportunidades

- Innovación en Productos.
- Innovación comercial y digitalización.
- Innovación en captura de valor y precios.

## 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 ¿Como 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:

## Modelos de pricing y revenue management

Jefe de programa / Profesor: Juan Carlos Ferrer

### Aspectos de pricing

- *Pricing y su impacto estratégico en las organizaciones.*
- Enfoque estratégico versus modelos tradicionales de pricing.
- Aspectos psicológicos en la fijación de precios.
- Indicadores en fijación de precios y rentabilidad de los inventarios.

### Optimización de precios

- Aspectos objetivos en la fijación de precios.
- Función de respuesta al precio.
- Algunos modelos de demanda.
- Optimización de precios.

### Diferenciación de precios

- Tipos de diferenciación de precio.
- Beneficios de la diferenciación de precios.
- Problemas en la diferenciación de precios.
- Enfoques efectivos de diferenciación de precios.
- Bundling.

### Revenue management – Asignación de capacidad

- Historia de *Revenue Management*.
- ¿Qué es *Revenue Management* en pocas palabras?
- Características para usar *Revenue Management*.
- Taxonomía de problemas *Revenue Management*.
- Industrias aptas para *Revenue Management*.
- *Revenue Management* en la industria de Retail.
- *Revenue Management* en la agroindustria.

### Revenue management – Reservas y descuentos

- Asignación de capacidad con dos clases.
- Asignación de capacidad con múltiples clases.
- Efectividad de *Revenue Management*.

### Revenue management – Overbooking y Markdown

- Problema de Overbooking.
- Problema de Markdown.



4

Contenido del Curso en:  
**Técnicas para la gestión en logística**

Profesor: Sergio Maturana

**Introducción a la Logística y Gestión de la Cadena de Abastecimientos**

- Introducción a la gestión logística.
- Relevancia de la logística.
- Gestión de la Cadena de Suministros.
- Efecto látigo.

**Diseño de la cadena de suministro y gestión de abastecimiento**

- Diseño de la red.
- Localización.
- Gestión de abastecimiento.

**Gestión de centros de distribución y bodegas y sistemas de apoyo a la gestión de la cadena de suministro**

- Gestión de centros de distribución y bodegas.
- Flujos de un centro de distribución.
- Estrategia de agrupación de riesgo.
- Sistemas de apoyo a la gestión de la cadena de suministro.

**Gestión de inventarios y producción**

- Gestión de Inventario.
- Estrategias de Producción.
- Identificación de la Estrategia de Producción.
- Tipos de estrategias.

**Distribución física, transporte y ruteo**

- Distribución.
- Diseño de la red de distribución.
- Transporte.
- Ruteo.

**Logística sustentable, prácticas colaborativas, logística resiliente, tecnología y tendencias**

- Introducción a la Logística Sustentable.
- Logística Inversa.
- Prácticas Colaborativas.
- Gestión del Riesgo.
- Tecnologías y Tendencias.

## Profesores



**Juan Carlos Ferrer**

Ph.D. in Management del  
Massachusetts Institute of  
Technology (MIT),  
Massachusetts, USA.

Jefe de programa /  
Profesor



**Andrés Ibáñez**

MBA, J.L. Kellogg Graduate  
School, Northwestern  
University, USA.

Profesor



**Carolina Martínez**

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

Profesora



**Sergio Maturana**

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