

DIPLOMADO DE EXTENSIÓN EN  
**MARKETING DIGITAL**



**B-LEARNING**



# DIPLOMADOS B-LEARNING UNEGOCIOS

**5 módulos, 1 de ellos lo eliges tú**



El diploma se desarrolla con:



+



**5 módulos**  
en plataforma online

**5 clases con profesor**  
a distancia y en vivo

*Estas clases son opcionales y **no son requisito** para la aprobación del diploma*



**Con los 5 módulos a distancia  
aprobados obtienes tu diploma**

## MODALIDAD ONLINE UNEGOCIOS

La modalidad online (semipresencial) de Unegocios, desarrolla sus programas en base a contenidos introductorios en las diferentes temáticas que se imparten. De esta manera, el estudiante que se encuentre en el inicio de su carrera profesional o que requiera aprender sobre un tema nuevo, puede cursar nuestros programas académicos, sin necesidad de tener una experiencia previa acabada en cada área. Los contenidos se imparten pensando en un formato que complemente lo laboral y/o personal y que puedan ser comprendidos sin mayor dificultad.

Esta modalidad permite total flexibilidad y accesibilidad para el alumno, quien podrá escoger el lugar, horario y ritmo de estudio en el dispositivo que más le acomode. Durante todo el proceso, el alumno podrá resolver sus dudas con el profesor a cargo y apoyarse también en la coordinación docente de cada programa.

**OBJETIVO:**

Actualizar conocimientos y habilidades mediante la incorporación de herramientas teóricas y prácticas, con foco en el cliente que permitan diseñar, gestionar y evaluar distintas estrategias de marketing digital que mejoren el impacto de su emprendimiento o desarrollo empresarial en el ambiente digital.

**El programa te prepara para:**

- Mejorar las habilidades y capacidades de su emprendimiento para comunicarse con clientes y potenciales clientes mediante los medios digitales.
- Crear planes de marketing digital que permitan generar alto impacto con recursos acotados. Gestionar la relación con clientes de manera de crear experiencias que los estimulen a establecer una relación de largo plazo con la marca.
- Diseñar tu estrategia de marketing digital
- Desarrollar campañas de publicidad en redes sociales
- Desarrollar campañas de publicidad con Google Ads
- Posicionar tu web y analizar las métricas



LA UCHILE EN TODAS PARTES



# MÓDULOS

## 4.- POSICIONAMIENTO EN MOTORES DE BÚSQUEDA

### Objetivo del Curso:

- Comprender y conocer las herramientas de Marketing en Buscadores dentro de la estrategia de Marketing Digital de la organización.
- Comprender la evolución del marketing tradicional a un marketing moderno en la era digital.
- Conocer y comprender conceptos fundamentales de marketing digital en buscadores y explorar las motivaciones, drivers e incentivos de los nuevos consumidores.
- Conocer y comprender conceptos fundamentales de marketing digital en la red de display y banners, explorar las herramientas de segmentación y targeting
- Aplicar el marketing digital on line como complemento de marketing tradicional off line

### Este curso te prepara para:

- Identificar los elementos que componen el Marketing en Buscadores.
- Entender cuándo realizar SEO y cuando SEM
- Identificar las palabras claves (Keywords) de tu negocio para el Marketing en Buscadores.
- Implementar una campaña de marketing de pago en Buscadores
- Planificar una estrategia de Marketing en Buscadores para tu organización.
- Conocer la Red de Display y su aporte en la estrategia de Marketing en Buscadores

## CONTENIDOS

### Motores de búsqueda

- Divergencia Digital.
- El ZMOT.
- El Mundo Multipantalla.
- Marketing en Buscadores.

### Search Engine Optimization (SEO)

- Como funcionan los buscadores.
- Las Keywords.
- Posicionamiento.
- Optimización.

### Search Engine Marketing (SEM)

- Marketing Pagado en Buscadores.
- Razones para hacer SEM.
- La Pujá.
- Elementos de la Campaña SEM.
- Extensiones de Anuncios.
- Optimización.
- Diferencias SEO/SEM.

### Red de display

- Funcionamiento de la Red de Display.
- Segmentación.
- Targeting.
- Optimización.



### Profesor Rodrigo Rojo

Ingeniero Comercial y Magíster en Marketing, Universidad de Chile.

Con una prometedora carrera en el área del marketing digital, se ha especializado en el desarrollo de temáticas relacionadas con la producción de tecnologías de la información. Además, se ha desempeñado para distintas empresas privadas y públicas en el análisis de información.

#### HORARIOS:

**Inicio:** 11-08-21 **Término:** 07-09-21

**Clase Inaugural:** 14-08-21 de 09:30 a 10:30 h

**Clase Presencial / Virtual:** 11-09-21 de 09:30 a 12:30 h

## 1-. PLAN DE MARKETING DIGITAL

### Objetivos del Curso:

- Identificar tendencias en marketing digital y comunicación corporativa para articular actividades en una campaña y evaluar las estrategias acorde a los criterios de negocio.
- Proporcionar las competencias para desempeñarse en los negocios y transacciones electrónicas, utilizando para ello herramientas y tecnología actual, adoptando las estrategias de marketing digital específicas para este ambiente de negocios de e-commerce.
- Entender la importancia de planificar, ejecutar y evaluar estrategias de marketing digital.
- Contar con conocimientos teóricos básicos y prácticas habituales del marketing online.
- Crear, reconocer y analizar Estrategias digitales, segmentos de usuarios digitales y medios digitales emergentes.
- En forma practica ver como se gestionan estrategias de marketing digital.

### Este curso te prepara para:

- Identificar a los usuarios/clientes de una estrategia digital.
- Explicar como las aplicaciones del método y conceptos del marketing digital pueden variar dependiendo del contexto, necesidades de los clientes/usuarios y tamaño del proyecto.
- Articular una secuencia de actividades en una campaña de marketing digital. Aplicar los métodos y conceptos de Marketing Digital a casos de estudio.

## CONTENIDOS

### Aplicación de modelos de negocios a estrategias digitales

Identificar diversas metodologías para el análisis, desarrollo y auditoria de estrategias digitales.

- Introducción a modelos de negocio.
- Aplicación de modelos a negocios en internet.

### Metodologías para conocer a los usuarios y clientes digitales

Identificar a los usuarios/clientes de una estrategia digital.

- Conociendo a los usuarios.
- Comportamiento del consumidor digital.

### Primer plan de Marketing digital

Crear un plan de marketing digital.

- Productos electrónicos
- Precios electrónicos
- Distribución electrónica
- Comunicación electrónica
- Segmentación y posicionamiento electrónico
- Plan de marketing digital.
- Planificación de medios.

### Casos aplicados

Aplicación de las metodologías aprendidas a casos de negocio..

- Diseño de experiencia.
- Caso de éxito.



### Profesor Sebastián Barriga

Ingeniero Comercial , Universidad de Chile  
Postgrado en Marketing , Universidad de Chile

Trabajó en Branding de Lan.com y actualmente se desempeña como Jefe de Servicios Digitales en Movistar Chile, rentabilizando modelos de negocios para servicios móviles, aplicaciones y suscripciones. Rol docente como ayudante en programas de MBA y Magíster en Marketing, Universidad de Chile y Magíster en Marketing, Universidad Adolfo Ibañez. Profesor en curso de Posicionamiento y propuesta de valor en el programa de Diplomado de Gestión Comercial & Marketing industrial, Cursos e-learning, Universidad de las Américas. En paralelo se desempeña como empresario, siendo parte del Grupo Naomi, que administra -entre otras empresas- la marca deportiva alemana Jako en Chile.

#### HORARIOS:

**Inicio:** 22-09-21 **Término:** 19-10-21

**Clase Inaugural:** 25-09-21 de 09:30 a 10:30 h

**Clase Presencial / Virtual:** 23-10-21 de 9:30 a 13:30 h

## 2-. SOCIAL MEDIA

### Objetivo general:

Tras realizar este curso, los alumnos aprenderán a identificar las redes sociales que puedan contribuir a la estrategia digital de su empresa. Así, serán capaces de articular el propósito de la marca y desarrollar una estrategia de contenidos ajustada a los objetivos de negocios definidos.

Asimismo, estarán capacitados para elaborar un ecosistema digital coherente con su estrategia online, incorporando medios digitales, presencia en redes sociales, Content Marketing.

Finalmente, entenderán cómo las aplicaciones del método y conceptos del marketing digital pueden variar dependiendo del contexto, necesidades de los clientes/usuarios y del tamaño del proyecto.

### Objetivos específicos:

- Diseñar un plan de trabajo Digital.
- Construir una estrategia digital con fundamentos tácticos.
- Diseñar un mapa de contenido.
- Evaluar herramientas para optimizar la gestión en marketing digital.

## CONTENIDOS

### El escenario actual

- Introducción al social media.
- Los cambios en la cultura de consumo y el impacto de la Cola Larga.

### Marketing digital

- Marketing Digital.
- Las 4F del marketing digital y el Inbound marketing.
- Casos y aplicaciones de marketing de contenidos.

### Diseño de estrategias en social media

- El Mapa de Empatía.
- Social Media Marketing y construcción de ecosistema.
- Reforzamiento de la estrategia de digital.

### Diseño de un plan de contenidos

- Definiendo tu Buyer persona
- Estrategia de publicidad digital.



### Profesor Rodrigo Maulén

Periodista y Magíster en Engagement Marketing y Comunicación Aplicada, Universidad del Desarrollo, Chile. Profesional dedicado principalmente a la gestión y desarrollo de proyectos, en áreas de e-commerce y marketing digital, responsabilizándose de la implementación de estrategias de social media y relacionamiento digital para la comunicación y posicionamiento de marcas.

#### HORARIOS:

**Inicio:** 03-11-21 **Término:** 30-11-21

**Clase Inaugural:** 06-11-21 de 09:30 a 10:30 h

**Clase Presencial / Virtual:** 04-12-21 de 9:30 a 12:30 h



### 3-. ANALÍTICA DIGITAL

#### Objetivo del Curso:

Analizar la Big Data de la información de los usuarios que contiene Internet, lo que con un adecuado análisis de los datos podrán inferir y deducir los comportamientos que posteriormente repercutan en una web semántica cada vez más ligada a los gustos personales, individuales y grupales.

Al finalizar este curso el alumno será capaz de identificar las principales métricas de marketing asociadas a los medios digitales de comunicación, aplicadas en el contexto de la travesía de compra del cliente.

Entenderá como estas métricas apoyan la mejora continua del marketing digital supervisando una estrategia a través de un cuadro de mando para lo digital y planes de acción específicos, medibles y alcanzables.

#### Este curso te prepara para:

- Comprender la importancia de la Analítica Digital para el éxito de una estrategia de Marketing Digital.
- Conocer y seleccionar los indicadores de gestión adecuados para las distintas etapas de una estrategia de Marketing Digital.
- Relacionar a través de Mapas Estratégicos (Kaplan y Norton), como los distintos procesos de marketing digital tienen una función estratégica para generar valor para el accionista.
- Implementar y controlar un Cuadro de Mando de Marketing Digital, definiendo Planes de Acción y metas dentro de una organización.

#### CONTENIDOS

##### Introducción

- ¿Qué es Analítica Digital?
- Ventajas de la Analítica Digital.
- Analítica Digital e Innovación.

##### Travesía del cliente digital

- Metodología Mc Kinsey.
- Embudo Digital.
- Métricas de Marketing Digital 1ra parte.

##### Estrategias de analítica digital

- Mapas Estratégicos.
- Planes de Acción Digital.
- Medios sociales y big data
- Métricas de Marketing Digital 2da parte.

##### Cuadro de mando digital

- Selección de Métricas.
- Construcción del Cuadro de Mando.
- Usando el Cuadro de Mando Digital.



#### Profesor Martín Cook

Ingeniero Comercial y Máster en Finanzas Universidad de Chile. Profesor de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile. Con 12 años de experiencia en Movilidad y Tecnología en Entel y Samsung. Además 6 años de experiencia comercial con fuerza de venta a cargo en BancoEstado Seguros y Amicar Derco/Gildemeister.

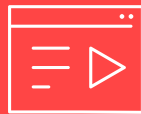
Actualmente se desempeña como CEO de Pacific Cloud Solutions | Value Factory, empresas de tecnología cuya misión es apoyar la creación de valor para Medianas y Grandes Empresas en Chile y Perú a través de la transformación digital.

#### HORARIOS:

**Inicio:** 15-12-21 **Término:** 11-01-22

**Clase Inaugural:** 18/12/21 de 09:30 a 10:30 h

**Clase Presencial / Virtual:** 15-01-22 de 9:30 a 12:30 h



# MÓDULO ELECTIVO

CURSOS	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	CLASE INAUGURAL	CLASES PRESENCIAL / VITRUAL
<b>Curso Control de Gestión y BSC</b>	30-03-22	26-04-22	02-04-22	30-04-22
<b>Curso Administración de Empresas</b>	06-04-22	03-05-22	09-04-22	07-05-22
<b>Curso Estrategia Comercial</b>	06-04-22	03-05-22	09-04-22	07-05-22
<b>Curso Diseño de Procesos</b>	06-04-22	03-05-22	09-04-22	07-05-22
<b>Curso Excel Básico</b>	06-04-22	03-05-22	09-04-22	07-05-22
<b>Excel AvanzadoCurso</b>	06-04-22	03-05-22	09-04-22	07-05-22
<b>Curso Finanzas Corporativas</b>	20-04-22	17-05-22	23-04-22	28-05-22
<b>Curso Comunicación y Liderazgo</b>	20-04-22	17-05-22	23-04-22	28-05-22
<b>Curso Fundamentos en la Gestión Retail</b>	20-04-22	17-05-22	23-04-22	28-05-22
<b>Curso Introducción al Product Manager</b>	20-04-22	17-05-22	23-04-22	28-05-22
<b>Curso Excel Intermedio</b>	20-04-22	17-05-22	23-04-22	28-05-22
<b>Curso Plan estratégico Personal</b>	27-04-22	24-05-22	30-04-22	28-05-22
<b>Curso Presentaciones profesionales efectivas</b>	27-04-22	24-05-22	30-04-22	28-05-22
<b>Curso Gestión efectiva del tiempo</b>	27-04-22	24-05-22	30-04-22	28-05-22
<b>Curso Comunicación efectiva</b>	27-04-22	24-05-22	30-04-22	28-05-22
<b>Curso Big Data</b>	11-05-22	07-06-22	14-05-22	11-06-22
<b>Curso Fundamentos base del emprendimiento</b>	11-05-22	07-06-22	14-05-22	11-06-22
<b>Curso Planificación estratégica de abastecimiento</b>	11-05-22	07-06-22	14-05-22	11-06-22
<b>Curso Experiencia cliente</b>	11-05-22	07-06-22	14-05-22	11-06-22

*\*Te invitamos a ingresar a nuestro sitio web, para que conozcas nuestra oferta completa de programas semipresenciales (Blearning).*



## INFORMACIÓN GENERAL

### VALOR DIPLOMADO:

**\$2.100.000.-**

### HORAS:

#### TOTAL DE HORAS:

**140hrs. en plataforma online**

**20hrs. a distancia con el profesor en vivo**

*(c/módulo: 28hrs plataforma + 4 hrs. profesor a distancia)*

*\*Las clases a distancia con el profesor, **son opcionales***

*y **no son requisito** para la aprobación del diplomado.*

### PLATAFORMA DIGITAL:



### FECHAS:

CURSOS DEL DIPLOMA	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	CLASE INAUGURAL	CLASES PRESENCIAL / VIRTUAL
Posicionamiento en Motores de Búsqueda	11-08-21	07-09-21	14-08-21	05-09-21
Plan de Marketing Digital	22-09-21	19-10-21	25-09-21	23-10-21
Social Media	03-11-21	30-11-21	06-11-21	04-12-21
Analítica Digital	15-12-21	11-01-22	18-12-21	15-01-22
ELECTIVO	-	-	-	-

*Podrás homologar dos cursos Blearning (semipresencial) para realizar un diplomado en el mismo formato. La aprobación de la homologación debe ser revisada y aceptada por el comité académico de Unegocios y cumplir con los requisitos de ingreso. El quinto curso electivo también lo puede convalidar. Para optar a la homologación y un descuento asociado, debes comunicarte con el ejecutivo a cargo.*

### CONSULTAS:



#### JOSÉ NAVARRETE

Ejecutivo de Admisión y Matrícula

[jnavarrete@unegocios.cl](mailto:jnavarrete@unegocios.cl)

+562 29781982 (Operativo a Teletrabajo)

Diagonal Paraguay 257, Torre 26, piso 9, Of. 903

Lunes a viernes de 9:30 a 18:00 hrs. (horario en Teletrabajo)



**unegocios.uchile.cl**

Síguenos a través de nuestras redes sociales

