



ESCUELA DE INGENIERÍA
FACULTAD DE INGENIERÍA

Diplomado en **Marketing Digital y Transformación de Negocios**

Modernas herramientas para diseñar un Plan de Marketing Digital, aplicando técnicas de análisis de datos, para obtener información relevante que permitirá lograr una transformación cultural, digital, o de procesos en tu organización. Incluye taller para aplicar lo aprendido en tu trabajo o negocio.



“El Diplomado en Marketing Digital y Transformación de Negocios (DMDT) de Ingeniería UC, aborda el uso de tecnologías y datos para la toma de decisiones corporativas, con énfasis en el Marketing, que es una necesidad cada vez más relevante de la "interacción online" entre empresas y clientes.

Los profesores que lo imparten, así como los prestigiosos expertos y empresarios que los acompañarán en el desarrollo, cuentan con una amplia y reconocida experiencia en cada una de las materias, y transmitirán empíricamente sus aportaciones al ecosistema en proceso de transformación.

Este Diplomado proporciona herramientas y acceso a las mejores prácticas y casos de éxito para gestionar verdaderas transformaciones en las organizaciones. El programa aporta un lado práctico, donde los participantes aprenden a gestionar campañas, y cómo usar datos para apoyar la toma de decisiones”.

SERGIO MATURANA VALDERRAMA

Jefe del Diplomado en Marketing Digital y Transformación de Negocios.

PhD y MSc, Universidad de California en Los Ángeles (UCLA).

Ingeniero Civil, UC.

Profesor Titular de la Escuela de Ingeniería UC.

Director del Departamento de Ingeniería Industrial y de Sistemas UC, y

Director del Magíster en Ingeniería Industrial UC.



DIRIGIDO A

- » Profesionales, directivos de empresas medianas y pequeñas, emprendedores, ejecutivos de alta dirección y altos cargos de la administración en empresas públicas y privadas, que tengan una clara visión estratégica sobre la necesidad de transformar sus organizaciones.
- » Líderes y colaboradores de áreas de marketing, agencias de publicidad y comunicaciones, departamentos de planificación, innovación, operaciones, tecnologías, relaciones públicas, recursos humanos, asuntos corporativos o comunicación, que manifiesten inquietud por potenciar sus conocimientos sobre cómo llevar a cabo actividades de marketing digital y/o de transformación de negocios, aprovechando las oportunidades que dichos cambios y las tecnologías afines aportan.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

- » Comprender cómo la estrategia del negocio puede transformarse gracias al uso de técnicas asociadas al Marketing Digital y al uso de determinadas tecnologías.
- » Aplicar los conocimientos derivados del estudio del Social Media Plan en campañas basadas en productos reales haciendo uso de analítica.



ESTRUCTURA Y CONTENIDOS DEL PROGRAMA

Curso:

MARKETING Y CAMPAÑAS DIGITALES

- **INTRODUCCIÓN AL MARKETING.**
 - Conceptos y convergencia de marketing tradicional y marketing digital.
- **ECOSISTEMA DEL MARKETING INTERACTIVO.**
 - Branding e identidad digital.
 - Marketing directo / marketing relacional.
 - Componentes del entorno digital.
 - Tipos de consumidores y medios en el mundo digital.
- **SER DIGITAL Y OTRAS TENDENCIAS.**
 - Digital Customer Experience.
 - Factores decisivos: tecnología, usabilidad, confianza.
 - Formatos digitales (display).
- **POSICIONAMIENTO CORPORATIVO.**
 - Inbound marketing / re-marketing.
 - SEM (Search Engine Marketing).
 - SEO (Search Engine Optimization).

Curso:

SOCIAL MEDIA PLAN

- **DIFUSIÓN DIGITAL.**
 - Desarrollar y editar contenidos digitales.
 - Posicionar, promover y vender una marca en la red.
 - El plan de social media.
- **CONVIVENCIA EN LA COMUNIDAD DIGITAL.**
 - Papel de las comunicaciones sociales en el contexto de la transformación de organizaciones.
 - Social Media Management, gestión propia o externa.
 - Comunicación de la marca con los fans.
 - Medición de la interacción en redes sociales.

Curso:

BUSINESS ANALYTICS

- **INTRODUCCIÓN Y CONCEPTOS BÁSICOS.**
 - La información, su valor y ciclo de vida.
 - Origen y evolución del concepto de business analytics.
 - Componentes.
 - Consolidación y entorno analítico en una empresa.
- **GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN CORPORATIVA.**
 - Data Warehousing, procesos ETL (Extract – Transform – Load).
 - Visualización de información, reportes y análisis multidimensional.
 - Trabajo de laboratorio: uso de herramientas de integración y visualización de datos.
- **ESTADÍSTICA PARA BUSINESS ANALYTICS.**
 - Metodologías para análisis de datos.
 - Modelos descriptivos.
 - Modelos predictivos.
 - Gestión de un proyecto de business analytics.

ESTRUCTURA Y CONTENIDOS DEL PROGRAMA

Curso:

TRANSFORMACIÓN ORGANIZACIONAL

- **ENTRAMADO TRANSFORMACIONAL.**
 - Transformación cultural y herramientas.
 - Transformación tecnológica y herramientas.
 - Transformación en un entorno digital.
- **EL CAMINO DE LA TRANSFORMACIÓN.**
 - De oruga a mariposa.
 - Adaptabilidad reactiva y proactiva.
 - Futuro transformacional.
- **TRANSFORMACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.**
 - Integración de Factores fundamentales

Taller:

PLAN DE MARKETING DIGITAL Y TRANSFORMACIÓN

- **MARKETING DIGITAL.**
 - Branding digital corporativo.
 - Generación de una campaña de medios.
 - Medición del posicionamiento de un sitio web o landing page.
- **SOCIAL MEDIA PLAN.**
 - Plan de redes sociales.
 - Mix de campaña en redes.
- **BUSINESS ANALYTICS.**
 - Data analytics.
 - Business intelligence / big data.
 - Targeting.
- **TRANSFORMACIÓN ORGANIZACIONAL.**
 - Tendencia inducida del comportamiento en campañas.
 - Factorización y gestión del cambio.

Nota: El orden de los cursos dependerá de la programación que realice la Dirección Académica.

EQUIPO DOCENTE

JAIME CAICEO

Magíster en Ciencias de la Ingeniería e Ingeniero Civil de Industrias, UC. Director Ejecutivo Metric Arts. Profesor en temas de Gestión del Conocimiento, Gestión Estratégica con TI para Profesionales, Business Intelligence, Gestión de Marketing, Arquitectura de Sistemas de Información, y Sistemas de Información.

ÁLVARO DE VENEGAS

Profesor Asociado de la Facultad de Ingeniería UC, donde participa en programas en las áreas de Marketing, Transformación, Innovación y Comercio Electrónico. Ingeniero ICAI, MSc, MA y MBA, director y asesor de diferentes multinacionales en el ámbito de la estrategia, innovación y transformación de negocios. Pensador Out-of-the-Box, influenciador y líder de opinión. Speaker. Académico internacional en universidades y escuelas de negocio en programas de excelencia.

CÉSAR HORMAZÁBAL

Ingeniero Civil Industrial e Ingeniero Matemático, UC. Data Scientist y miembro fundador LighthHouse Lab. Experiencia en Transferencia de Conocimientos Analíticos: Modelos Estocásticos, UC; Certificación Data Mining, Panamerican Business School; Certificación Data Mining, Data Science Institute Latam; Azure Machine Learning, Metric-learning. Lenguajes de Programación y Plataformas: Plataformas usadas Google cloud, Azure, AWS; Lenguajes R, Python, Javascript, C#, SQL.

MIGUEL JASPE

Magíster en Comunicación e Información, UCV. Posee diplomados en Tecnologías de la Información, en Comunicación y Marketing Digital. Actualmente es Consultor Senior en PwC. Profesor en Estrategia de Comunicaciones y Redes Sociales, con experiencia internacional en generación de contenido digital, comercio electrónico y marketing digital. Especializado en transformar la estrategia de marketing en acciones, medirlas y tomar decisiones ayudando a la alta dirección a corregir o impulsar campañas de acuerdo a los resultados. Certificado en diferentes plataformas y metodologías de desarrollo e implementación de soluciones digitales.

SERGIO MATURANA

PhD y MSc, Universidad de California en Los Ángeles (UCLA). Ingeniero Civil de Industrias, UC. Profesor Titular del Departamento de Ingeniería Industrial y de Sistemas UC, experto en las áreas de Marketing, Logística y Sistemas de Apoyo a la Gestión. Consultor de importantes empresas nacionales e instituciones de Gobierno, como el Ministerio de Educación, Salud y Economía. Su investigación se ha enfocado en la optimización de la cadena de suministro aplicada al área de recursos naturales y la salud. Ha dirigido proyectos Fondecyt y Fondef. Director del Departamento de Ingeniería Industrial y de Sistemas UC, y Director del Magíster en Ingeniería Industrial UC.



REQUISITOS

Para cursar este diplomado es requisito acreditar estudios, o en su defecto, experiencia tales como:

- » Grado Académico o Título Profesional Universitario, equivalente al Grado de Licenciado o un Título Técnico Profesional o Técnico Universitario cuya duración haya sido igual o mayor a 3 años. Esto es reemplazable por haber ocupado un cargo público por al menos 3 años o haber formado parte de los fundadores o creadores de una empresa o startup.
- » Al menos 1 año de experiencia profesional adicional a la práctica.

Es recomendable contar con conocimientos en:

- » Idioma inglés nivel comprensión.
- » Navegación por internet y correo electrónico.
- » Manejo de Excel y PowerPoint (MS Office Suite o equivalente).
- » Sistema de comunicación colaborativos y Drive / Cloud.

A los alumnos admitidos se les requerirá:

- » Contar al menos con una cuenta GoogleMail, de Facebook y LinkedIn.
- » Disponer de un notebook / laptop para diferentes talleres (en modalidades presencial o híbrida).

- El programa se inicia con un quorum mínimo de participantes.
- Las salas son asignadas dentro del Campus de Ejecución, NO NECESARIAMENTE es la misma sala todos los días.
- En caso de fuerza mayor, el programa se reserva el derecho a realizar clases por streaming, modificar fechas, lugar y/o profesores.
- Todas las modalidades del programa (dual, presencial y streaming) tienen el mismo valor. Además, recomendamos preguntar las condiciones de cada una al momento de matricularse.



ESCUELA DE INGENIERÍA
FACULTAD DE INGENIERÍA

DURACIÓN: 120 horas

POSTULA EN: programas@ing.puc.cl

Contáctanos para trabajar contigo
confeccionando el programa
perfecto para tu organización.

  **+56 9 3353 0870**

www.educacionprofesional.ing.uc.cl

Consulta por descuentos, facilidades de pago y convenios con tu banco para pago en cuotas.