

DIPLOMADO EN COMUNICACIÓN Y MARKETING DIGITAL PARA EMPRENDER



DESCRIPCIÓN DEL DIPLOMADO

El Diplomado en Comunicación y Marketing Digital para Emprender proporcionará herramientas conceptuales y procedimentales para la construcción de marcas de alto valor, que potencien su crecimiento en el mundo digital, priorizando el vínculo con los consumidores y su actuar socialmente responsable. Los estudiantes podrán reconocer los alcances del ecosistema digital desde una mirada crítica. Asimismo, serán capaces de medir e interpretar data sobre los hábitos de consumo, lo que contribuirá a su comprensión sobre el mercado y sus necesidades. Mediante el uso de la creatividad estratégica, se podrán relevar las cualidades de su marca para que tributen a su propósito, fortalezcan su reputación y se diferencien de las marcas competencia.

PROPÓSITO FORMATIVO

El Diplomado en Comunicación y Marketing Digital para emprender de la Universidad de Las Américas, tiene como propósito formar profesionales que dominen las herramientas conceptuales y procedimentales de la comunicación y el marketing digital, para articular estrategias creativas y efectivas, que hagan crecer una marca en un ecosistema digital y socialmente responsable.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Caracterizar las nuevas tendencias del marketing digital para su aplicación en contextos laborales.
- Identificar los recursos de la comunicación que le agregan valor a la marca de manera creativa.
- Utilizar las principales herramientas del marketing digital para la promoción de una marca / producto / servicio.
- Implementar estrategias de comunicación y marketing digital considerando sus fases de diseño.
- Crear marcas de alto valor y con responsabilidad social.

A QUIÉN SE DIRIGE

Este programa está destinado a ejecutivos, profesionales, emprendedores y egresados que desean adquirir conocimientos y herramientas del marketing digital y la comunicación con propósito.

METODOLOGÍA

Clases online sincrónicas:

Exposiciones, trabajo colaborativo en equipo y aprendizaje basado en análisis de casos, entre otras.

Acceso a eCampus:

Descarga de materiales de las asignaturas, calificaciones, instrucciones, foros, etc.



CONTENIDOS

Introducción al marketing con propósito

El propósito de la asignatura teórica/práctica “Introducción al marketing con propósito” es que los estudiantes adquieran conocimientos con foco en el marketing social y sustentable, responsabilidad social empresarial, estudios de casos, tendencias y relevancia en este ámbito, además de desarrollar competencias profesionales para crear, diseñar y planificar marcas que potencien el vínculo con los distintos públicos a través de su propósito, del impacto que generan en sus vidas y en la sociedad, lo que será fundamental para potenciar el diferencial de las marcas y trabajar una comunicación exitosa.

Segmentación – Estrategia digital

El objetivo de esta asignatura es que los estudiantes entiendan la importancia de la segmentación en el contexto de la comunicación digital, diferencien tipos de audiencias y sean capaces de elaborar mensajes adecuados a ellas.

Mediante el uso de herramientas conceptuales, procedimentales y actitudinales los estudiantes serán capaces de definir segmentaciones y sub-segmentaciones de públicos, señalar tipos de consumidores, grupos de referencia y hábitos de consumo (del Baby Boomer a la Generación Z), definir a un cliente ideal, buyer persona, distinguir ecosistemas digitales, buyer journey, generación y nutrición de leads e integración tecnológica 360° online / offline.

Conexión con el consumidor – Mensajes creativos

La asignatura teórico/práctica “Conexión con el consumidor- Mensajes creativos” tiene como objetivo lograr que los gestores de Pymes sean capaces de crear, conceptualizar y proponer (con argumentos) propuestas creativas que cumplan con los objetivos comunicacionales y de marketing adheridos a un desarrollo artístico creativo, que se conecte con sus públicos. Siempre aprovechando las oportunidades presentadas por la contingencia y las tendencias.

Conceptualmente, los estudiantes reconocerán influencias creativas que sirvan como argumentos para la creación de piezas que promocionen sus productos y servicios a los distintos públicos según las necesidades de las problemáticas comunicacionales, conocerán los mecanismos del pensamiento lateral, desarrollarán storytelling y cómo elaborar un mensaje publicitario.

Procedimentalmente, los estudiantes aplicarán, a través de elementos artísticos, mensajes que trasciendan e impacten según los requerimientos dados en la solución a un problema comunicacional (caso) razonando y conceptualizando de una forma creativa. Actitudinalmente los estudiantes desarrollarán una mirada crítica lo que les servirá para obtener un desarrollo progresivo en la creatividad y que se conecte eficientemente con sus públicos.

Estrategia y plan de generación de contenidos

El propósito de la asignatura teórica/práctica “Estrategia y plan de generación de contenidos” es lograr que los gestores de Pymes adquieran los conceptos e integren el proceso para poder generar estrategias de contenidos digitales, con pilares comunicacionales acordes a los requerimientos de una marca y un plan de contenidos coherente con los canales digitales apropiados, tomando en cuenta el contexto actual, la competencia, las tendencias sociales y los consumidores, con una coherencia comunicacional que logre posicionar efectivamente una marca.

Conceptualmente, los estudiantes conocerán e integrarán los conceptos y el proceso que se debe llevar a cabo para generar estrategias y planes de contenidos acordes a una marca, conociendo los canales digitales actuales e identificando el carácter comunicacional de cada uno. Procedimentalmente, los estudiantes construirán estrategias y planes de contenidos siguiendo el proceso correspondiente, y aplicarán herramientas de marketing y comunicación para lograr los objetivos trazados, con un previo análisis del entorno y de los consumidores, logrando así comunicar coherentemente en los canales digitales apropiados. A nivel actitudinal, los estudiantes actuarán analíticamente frente a los mercados, a las audiencias y serán proactivos e inquisitivos frente a los cambios sociales que van marcando la pauta para generar contenidos y frente a las nuevas herramientas y canales digitales que se van generando.

Redes sociales y campañas de pago (ADS – Analytics)

El propósito de la asignatura teórico/práctica “Redes sociales y campañas de pago (ADS – Analytics)” es que los estudiantes sean capaces de integrar las diferentes plataformas digitales y sus mecánicas de pago, como también la interpretación de métricas que permitan ajustar los desarrollos digitales.

Mediante el uso de herramientas conceptuales, procedimentales y actitudinales los estudiantes serán capaces de definir objetivos, presupuestos y elección de plataformas, creación de desarrollos digitales en plataformas de Google, Facebook, Instagram, LinkedIn y Spotify, diseño de avisos en formato de texto, video e imagen, anuncios responsivos, Google Analytics, Google Search Console, fichas Google My Business, flujos de usuarios y modelos de atribución, integración con Google Adwords, elaboración de informes y análisis de métricas.

Proyecto final (presentación de caso)

El propósito de la asignatura práctica “proyecto final” es que los estudiantes puedan desarrollar la presentación de un caso (idealmente real) donde apliquen los aprendizajes obtenidos de su diplomado, lo que les permitirá colocar en práctica los conocimientos académicos universitarios adquiridos, aplicando métodos, técnicas comunicacionales y de marketing que sean pertinentes.



 32

 5

 18

 11

 9

 25

EQUIPO DOCENTE

Daniela Calderón

Publicista Licenciada en Comunicación Publicitaria, Publicista con mención en Negocios, Universidad de Santiago de Chile. Magíster en Comunicación Estratégica y Digital, Universidad Finis Terrae. Se desempeña como Planificadora de Medios Cross, manejando marcas transnacionales como Sony, L'oreal, Falabella y MG, con 13 años de experiencia en el rubro.

Bernardita Silva

Publicista, Universidad de Las Américas. Máster en Dirección Comercial y Marketing Estratégico, Universidad Andrés Bello & IEDE Bussines School. Más de 19 años de experiencia trabajando en Agencias de Publicidad, Empresas de Comunicación y Asesorías. Experiencia en estrategias de Marketing Digital, Fidelización y Comunicaciones.

Roberto Cuadros

Publicista, Universidad de Santiago de Chile (USACH). Leadership Development Programm Organizational, Columbia Bussines School. Director Ejecutivo de Agencia Marcas y Conceptos. Fue Director de la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad en varios períodos, y Director del Consejo Nacional de Autorregulación y Ética Publicitaria entre 2005 y 2008. Durante 6 años fue Director de Cuentas y luego Vicepresidente de McCann Ericksson.

David Fuentes

Periodista, Universidad de Chile. Gerente de Marketing Asociado en Accenture. Ha sido Director de estrategia Digital Agencia Museo, Agencia Opendor, MacCann Erickson. Obtuvo EFFIE categoría Interactivo en 2016.

Álvaro Azócar

Empresario y emprendedor. Director Ejecutivo Agencia de Comunicación AZÓCAR & LUCO. Director titular durante dos períodos consecutivos en CONAR (Consejo Nacional de Auto Regulación Publicitaria). 30 años de trayectoria en diseño de estrategias de comunicación. Además es Fotógrafo y CEO & fundador de Optimística, Mindful Marketing y life coaching.

Claudia Osorio

Publicista, Instituto Profesional Los Leones. Ingeniera Comercial, Universidad Los Leones. Encargada de Comunicaciones, Gráfica y Ambientes Digitales en Municipalidad de Paine. Por más de 10 años se ha desempeñado como Social Media, Digital Planner, Strategy Planner en diferentes agencias e instituciones. Ha sido relatora para diversas organizaciones en el ámbito de la Alfabetización Digital y Herramientas Digitales. Como docente imparte clases vinculadas a Social Media en carreras de Publicidad y Diseño Gráfico.

REQUISITOS DE ADMISIÓN

- Foto de cédula de identidad por ambos lados.
- Completar Ficha de Inscripción.
- Foto de Título o Certificado de Título.



INFORMACIÓN GENERAL

Fecha de inicio

Mayo 2025

Fecha de término

Agosto 2025

Cantidad de horas

90 horas de instrucción docente
130 horas de trabajo personal
220 horas totales

Modalidad

Online Sincrónico

Días y horarios de clases

Jueves de 18:00 a 21:15 horas

Sábados de 08:30 a 13:00 horas.

Jornada final del diplomado en horario extendido
del día sábado hasta las 13:30 horas

CONTÁCTANOS



econtinua.udla.cl



econtinua@udla.cl

