

2017

DIPLOMADO

MARKETING DIGITAL

Escuela de
Administración y Negocios

Duoc UC | Educación Continua



DIPLOMADO

MARKETING DIGITAL

Escuela de Administración y Negocios

Las tendencias y modelos digitales, cada día experimentan un rol cada vez más estratégico, por lo que las empresas han tenido que hacer cambios en sus procesos incorporando el internet como plataforma comercial y de comunicación.

Desde esta perspectiva el Diplomado en Marketing digital pretende entregar herramientas estratégicas de comunicación efectiva y engagement, mediante la integración del social media y el marketing mobile.

DIRIGIDO A: Profesionales del área de ventas y marketing, publicidad y comunicaciones, que se desempeñen en organizaciones de servicios, comerciales o manufactureras, ya sean con o sin fin de lucro, que desean incrementar sus conocimientos en modelos digitales para mejorar su gestión comercial. Empresarios PYME, asistentes y analistas de marketing y ventas, brand manager, jefe de producto y de ventas. Personas profesionales que deseen ampliar sus conocimientos y adquirir competencias en material digital.

¿Por qué estudiar en Duoc UC?

El programa de Educación Continua de Duoc UC, ofrece actividades de capacitación con programas diseñados por nuestras nueve Escuelas e impartidas en las regiones Metropolitana, Valparaíso y Bío Bío. Estos cursos son gestionados sobre la base de los conocimientos y experiencia adquiridos por Duoc UC, a través del contacto permanente con distintos actores involucrados en el mercado laboral y desarrollados con eficiencia y calidad basados en el modelo educativo de Duoc UC.

Tratándose de una institución fundada por la Pontificia Universidad Católica de Chile, Duoc UC participa de su vocación de servicio a la educación del país. Este signo distintivo se expresa en un proyecto educativo que reconoce, como responsabilidad inherente, el constituirse en un paradigma de gestión privada en el ámbito de la educación, como cabal expresión del principio de libertad de enseñanza.

CURSO

APLICACIÓN DE LAS TENDENCIAS Y MODELOS DIGITALES A LAS ACTIVIDADES COMERCIALES

Escuela de Administración y Negocios

Las tendencias y modelos digitales, cada día experimentan un rol cada vez más estratégico dentro de las empresas. Desde el punto de vista de la actividad comercial de las empresas, han tenido que hacer cambios en sus procesos incorporando el internet como plataforma comercial y de comunicación. Como así también la interacción de sus clientes pasa a ser una actividad relevante y estratégica para la empresa. Aquí podemos mencionar que cada día se suman más organizaciones que han debido incorporar nuevos modelos de negocios digitales tales como B2B, B2C, C2C, B2E, y CRM, como exigencia del mercado y mediante el ensayo error se han ido desarrollando en esta área percatándose que se requiere de profesionales más capacitados y con un amplio conocimiento en el ámbito digital. Por esto hace el curso de Aplicación de las Tendencias y Modelos Digitales a la actividad comercial.

Desde esta perspectiva poder conocer el potencial que tienen estas herramientas y puedan desarrollar planes estratégicos, planes de fidelización y de venta a distancias más efectivas e interactivas con sus clientes.

CONTENIDOS

Unidad 1: Del Marketing transaccional al marketing digital

- Enfoque del marketing transaccional v/s el digital
- Diferencias entre el marketing transaccional y el digital
- Qué se entiende por marketing experiencial

Unidad 2: Tendencias Digitales y su penetración en la Industria

- Nuevo paradigma 2.0 y sus tendencias
- Estadísticas de la penetración digital en Chile y el mundo, y como estas se aplican a la actividad comercial

Unidad 3: Modelos de Negocios Digitales

- Como identificar oportunidades de negocio a través de la digitalización
- Google
- Modelos de negocios B2B, B2C, B2E
- Social commerce

CURSO

ANÁLISIS Y GESTIÓN DE CLIENTES

Escuela de Administración y Negocios

En la actualidad las empresas necesitan encantar a sus clientes y fidelizarlos. Situación cada día más difícil de hacer, dado que la sociedad ha cambiado y los clientes quieren ser parte de las opiniones de las empresas. Prueba de esto es la creciente desconfianza de los clientes frente a las marcas por no cumplir con sus promesas y la rapidez que tienen para viralizar este tipo de noticias a través de las redes sociales. Desde el punto de vista de la actividad comercial de las empresas, tendrán que incorporar otras actividades, como lo es la Gestión de Clientes a través de la herramienta de CRM; como así también preparar profesionales para definir criterios de clientes, crear sus propias bases de datos, buscar métodos predictivos para conocerlos, atraerlos (engagement) y mantener una cartera de clientes fidelizados, activos en la relación con la marca y rentables para la empresa.

CONTENIDOS

Unidad 1: Análisis de cliente para una eficiente interacción

- ¿Quién es y cómo se comporta el consumidor online?.
- Cliente prosumer
- La interacción del consumidor con las marcas
- La Creación de experiencias y satisfacción de clientes

Unidad 2: Métodos de investigación de clientes

- La importancia de la investigación en el éxito de una estrategia de relación con clientes
- Tipos de investigación
- Etnografía digital

Unidad 3: Gestión de Cliente mediante la aplicación de CRM

- Modelo CRM
- Base de datos
- Pirámide Cliente
- Marketing de Cliente
- Medición de Clientes

CURSO

INTEGRACIÓN DEL SOCIAL MEDIA Y EL MARKETING MOBILE EN LA COMUNICACIÓN DIGITAL CON CLIENTES

Escuela de Administración y Negocios

Actualmente, es más necesario que las empresas y compañías tengan presencia en internet. Más aún en estos tiempos en donde la mayor parte de la navegación se realiza a través de dispositivos móviles el cual está en aumento constante. En este contexto, se requiere personal capacitado en esta área y por esta razón nace este curso para desarrollar estrategias de comunicación efectiva y engagement, mediante la integración del social media y el marketing mobile.

CONTENIDOS

Unidad 1: ¿Qué es el mobile marketing?

- Contexto actual del mobile marketing
- Integración de los dispositivos móviles con los medios digitales
- Aplicaciones
- Presentación de casos reales

Unidad 2: Redes Sociales y Comunidades

- Engagement
- Gestión de Comunidades en redes sociales
- La figura del Community Management

CURSO

DISEÑO DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL

Escuela de Administración y Negocios

Se identificó que existe la necesidad en conocer la evolución del marketing, asociado a la vida cotidiana de las personas y la importancia dentro de la empresa en un mercado determinado, así como también el desarrollo de un plan de marketing digital, ya que se hace necesario que los trabajadores del área cuenten con las competencias laborales requeridas exigidas en el alto nivel competitivo que se desarrollan la empresa en el mercado en el cual se desempeña.

CONTENIDOS

Unidad 1: Optimización y marketing de motores

- Optimización y posicionamiento en motores de búsqueda.
- Importancia del SEM
- Tipos de SEM
- SEO en tu sitio de Internet: Cómo buscan los buscadores
- Tácticas de SEO
- ¿Cómo funciona Google?

Unidad 2: Armandó un Plan de Marketing Digital

- Que es un plan de marketing digital
- Objetivos de un plan de marketing digital
- Modelo SOSTAC(situación, objetivos, estrategia, tácticas, acción y control)

Unidad 3: Como medir un Plan de Marketing Digital

- Que es un KPI
- Métricas herramientas de evaluación de un plan de marketing digital
- Google adwords
- Métricas redes sociales

INFORMACIÓN GENERAL

- **REQUISITO DE APROBACION:** Asistencia mínima 75% y nota igual o superior a 4.0.
- **CÓDIGO SENCE:**
 - 1237934339:** Aplicación de las tendencias y modelos digitales a la actividad comercial
 - 1237934337:** Análisis y gestión de clientes
 - 1237934343:** Integración del social media y el marketing mobile en la comunicación digital con clientes.
 - 1237934340:** Diseño del plan de marketing digital

*Actividad/es de capacitación autorizadas por el SENCE para los efectos de la franquicia tributaria de capacitación, no conducente/s al otorgamiento de un título o grado académico

FORMAS DE PAGO

- **EMPRESAS:**
 - Se debe enviar una Orden de compra de la Empresa, a nombre de:
Fundación Instituto Profesional Duoc UC
72.754.700-2
- **PARTICULAR:**
 - Tarjetas de débito
 - Tarjetas de créditos bancarias (2 a 12 cuotas precio contado)
 - Transferencia electrónica
- **DESCUENTOS:**
 - Los alumnos titulados de carreras de pregrado en Duoc UC tienen un 15% descuento sobre el valor del programa.
 - 5% de descuento por transferencia electrónica
 - Consulta por otros descuentos y convenios

*Descuentos no acumulables.

*Duoc UC se reserva el derecho de suspender o retrasar cualquiera de sus Cursos o Diplomados en caso de no contar con el quorum necesario para ser dictado.