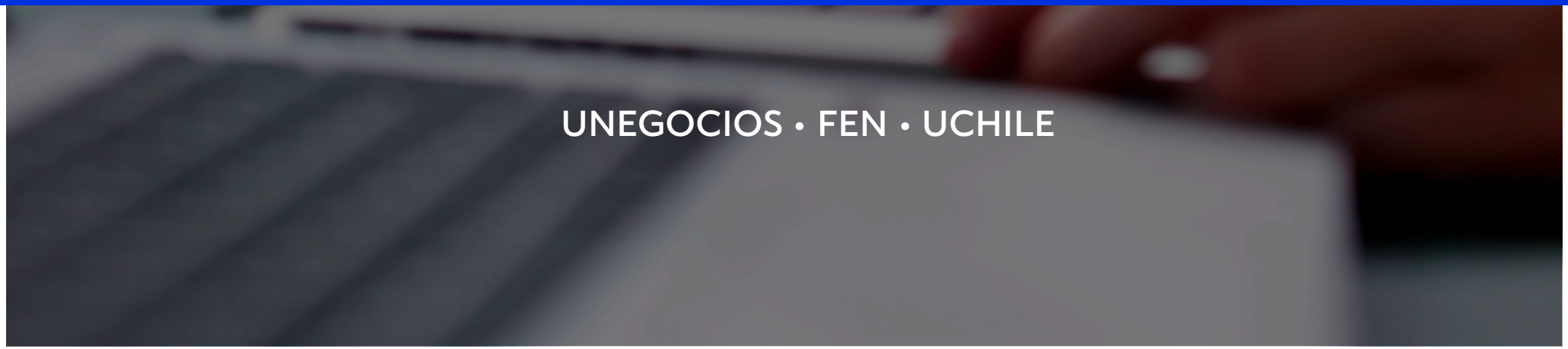
FEN UCHILE | UNEGOCIOS

Programas Esenciales

Marketing Digital



UNEGOCIOS • FEN • UCHILE

Impulsa tu futuro con los **Programas Esenciales** Unegocios FEN UCHILE

Los programas esenciales están conformados por **tres cursos interrelacionados** en torno a una misma temática. Estos cursos se complementan entre sí para ofrecer un conjunto integral de herramientas y conocimientos, pensados para mejorar el desempeño profesional y ayudar a enfrentar con éxito las demandas del mercado laboral actual.

- **Tres cursos** por **$490.000**.
- Estudia a **tu propio ritmo**.
- **Certificado** de la U. de Chile.

¿POR QUÉ ESTE PROGRAMA?

Integra conocimientos y herramientas clave para desarrollar una visión estratégica y práctica que impulse marcas en el entorno online, combinando tres áreas esenciales: planificación de campañas digitales alineadas a los objetivos de negocio, diseño de estrategias de social media para fortalecer la presencia y el engagement, y creación de planes de venta efectivos para plataformas digitales.

Al finalizar, contarás con las competencias necesarias para conocer a tu audiencia, diseñar contenido de alto impacto, optimizar la inversión publicitaria, medir resultados y liderar proyectos digitales con éxito, generando resultados tangibles.

CURSO ESTRATEGIAS DE VENTA PARA PLATAFORMAS DIGITALES

Objetivo del Curso

Entender por qué las empresas y organizaciones deben implementar estrategias de Branded Content en la era digital.

Objetivos Específicos:

- Entender qué es el Branded Content.
- Diferenciar el Branded Content de otras estrategias de marketing.
- Comprender las ventajas del Branded Content.
- Conocer el proceso para implementar estrategias de Branded Content.

Plan de Estudios

Módulo 1: Introducción al Branded Content
- ¿Qué es el Branded Content?
- Diferencias entre Branded Content y otras estrategias de marketing
- Ventajas del Branded Content

Módulo 2: ¿Cómo crear estrategias de Branded Content?
- Proceso creativo
- Objetivos y buyer persona
- Storytelling

Módulo 3: Branded content en Instagram
- Creación de contenido: carruseles - reels - Live
- Formatos

Módulo 4: Métricas y feedback
- Estrategias de colaboración
- Branding y engagementEquipos de alto desempeño.
- Factores de Productividad.
- Performance Management.

Nayadet Salazar Pino

Docente

Ingeniera Comercial con Magíster en Marketing y un diplomado en Marketing Relacional y Redes Sociales de la Universidad de Chile y en Estrategias Digitales en Columbia Business School. Miembro desde el 2019 de Beta Gamma Sigma, luego de ser elegida como una de las mejores de su generación en el magíster en Marketing en la Universidad de Chile.

CURSO PLAN DE MARKETING DIGITAL

Objetivo del Curso

Conocer y comprender las tendencias en marketing digital y comunicación corporativa, para articular actividades en una campaña y evaluar las estrategias acorde a los criterios del negocio.

Este curso te prepara para:

- Conocer los métodos y conceptos de Marketing Digital.
- Identificar a los usuarios/clientes de una estrategia digital.
- Explicar cómo las aplicaciones del método y conceptos del marketing

digital pueden variar dependiendo del contexto, necesidades de los clientes/usuarios y tamaño del proyecto.
- Comprender la secuencia de actividades en una campaña de marketing digital.

Plan de Estudios

Módulo 1: 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.

Módulo 2: 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.

Módulo 3: Primer plan de Marketing digital
Crear un plan de marketing digital.
- Plan de marketing digital.
- Planificación de medios.

Módulo 4: Casos aplicados
Aplicación de las metodologías aprendidas a casos de negocio.
- Diseño de experiencia.
- Caso de éxito.

Sebastián Pozo

Docente

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.

CURSO SOCIAL MEDIA

Objetivo del curso

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.

Este curso te prepara:

- 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.

Plan de Estudios

Módulo 1: Introducción a las Economías Disruptivas

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

Módulo 2: Marketing Digital

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

Módulo 3: Diseño de estrategias en social media

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

Módulo 4: Diseño de un plan de contenido

- Definiendo tu Buyer persona.
- Estrategia de publicidad digital.

Rodrigo Maulén Torres

Docente

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.

FEN UCHILE | UNEGOCIOS

Si tienes alguna duda comunícate con:

Fallon González
Ejecutiva de admisión y matrícula

fgonzales@fen.uchile.cl

Cel./Whatsapp
+569 5015 9764

POR QUÉ LA U. DE CHILE

- Ranking of World Universities (ARWU)
- Calidad Docente
- Certificado de la U. de Chile
- Red de Contactos

unegocios.uchile.cl

AACSB ACCREDITED · ASSOCIATION AMBA ACCREDITED · 7 AÑOS ACREDITADA