



Expertos en educación online

¿Por qué estudiar en IACC?

- Líderes en Educación 100% Online.
- Consejeros para guiar al alumno.
- Admisión todos los meses.
- Compatibiliza estudio, trabajo y familia.
- Profesores vinculados al mundo laboral.

Diplomado en Marketing Digital

iacc

Nombre: Diplomado en Marketing Digital

Duración: 170 horas cronológicas

Modalidad de Estudio: 100% online



2 AÑOS INSTITUCIÓN ACREDITADA
■ GESTIÓN INSTITUCIONAL
■ DOCENCIA DE PREGRADO
Octubre 2019 - Octubre 2021

DIRIGIDO A:

Personas, profesionales y/o técnicos del área de administración, marketing y las comunicaciones, como también a emprendedores que deseen potenciar y difundir sus emprendimientos haciendo uso del Marketing Digital.

DESCRIPCIÓN DEL DIPLOMADO:

El mundo de las marcas es un espacio cambiante y cada vez más competitivo, donde la empresa se ha visto en la obligación de conocer a su consumidor con el fin de adaptar a él las diversas estrategias a utilizar. Dado lo anterior, es que generar estrategias de marketing, sin incluir el mundo digital, es una práctica que, si bien, hace un par de años no incidía mayormente en los resultados de una estrategia de marketing, hoy en día es sinónimo de no estar actualizado al nuevo consumidor, perdiendo relevancia en el mercado. En este mundo, donde ya el marketing es 360, y la experiencia es global, no se puede no entender el Marketing Digital dentro de esta ecuación, por eso la importancia de este diplomado; dando respuestas al escenario tanto presente como futuro.

Es en este sentido, que el Diplomado en Marketing Digital pretende abordar, desde una perspectiva comercial, diferentes herramientas digitales que se encuentran a disposición en la web, con el fin analizar su funcionamiento, alcances e impacto respecto de su uso, así como también, los beneficios que estos reportan a la hora de elaborar una estrategia de marketing, generando una habilidad de reacción frente a los desafíos comerciales de este nuevo escenario en el mundo de las marcas.

Sin duda, el mundo digital cambia constantemente, y es por este motivo que, a través del presente programa, se espera contribuir a la formación de un "criterio digital" en los participantes, en el sentido de la funcionalidad de las distintas herramientas y formas de uso que las caracterizan, aspectos que, al ser considerados, permitan al estudiante evaluar y tomar decisiones acordes a los requerimientos del medio, con el fin de poder adaptarse a las nuevas plataformas del escenario digital. Y aparte del criterio digital es la posibilidad de entender la importancia de esta disciplina y una base para incorporarlo en todas las acciones de marketing y/o comercial.

OBJETIVO DEL DIPLOMADO:

Desarrollar habilidades para la comprensión, análisis, diseño y evaluación de propuestas innovadoras en Marketing Digital desde una perspectiva comercial, utilizando herramientas tecnológicas de comunicación e información.

REQUISITOS:

- Licencia de Enseñanza Media.
- Copia de cédula de identidad.

METODOLOGÍA:

Modalidad online, a través de metodologías activas centradas en la producción de los participantes, que impliquen la aplicación de contenidos en la especialidad.

Las evaluaciones sumativas de los módulos que componen el diplomado, equivalen a un 60% de su totalidad.

El desarrollo de una evaluación final integradora, que equivale a un 40% de su totalidad.

REQUISITOS DE CERTIFICACIÓN:

Para obtener la certificación, el alumno deberá:

- Presentar licencia de Enseñanza Media y copia de cédula de identidad.
- Obtener una nota igual o superior a 4,0 y haber rendido la evaluación final.

CONTENIDOS DEL DIPLOMADO

MÓDULO I: MARKETING Y MARKETING DIGITAL

Unidad 1: Marketing Digital versus Marketing Tradicional

- ¿Qué es una marca?
- La relevancia del mundo digital para las marcas.
- El Marketing Digital como amplificador de marcas.

Unidad 2: El Marketing en su entorno moderno.

- Características básicas del Marketing Tradicional.
- Características básicas del Marketing Digital.
- Ventajas y desventajas del Marketing Tradicional y Digital.
- Análisis del entorno para definir una estrategia de marketing.

Unidad 3: Encontrando un Target: el Marketing Mix.

- Tipos de mercado. opPionero digital.
- Segmentación digital.
- Elección del target.
- Evolución de las 4p a las 4c.

Unidad 4: Planes de marketing: Descifrando Información.

- Objetivos del marketing. o variables para su definición.
- Estrategia call to action.
- Arquitectura de información.

Unidad 5: El Posicionamiento online y sus procesos.

- Herramientas de posicionamiento y publicidad.

*Contenido de la malla sujeto a modificaciones.

INSTITUCIÓN AUTÓNOMA RECONOCIDA POR EL MINEDUC

Diplomado en Marketing Digital

iacc

Comisión Nacional
de Acreditación
CNA-Chile

2 AÑOS
INSTITUCIÓN ACREDITADA
■ GESTIÓN INSTITUCIONAL
■ DOCENCIA DE PREGRADO
Octubre 2019 - Octubre 2021

Nombre: Diplomado en Marketing Digital

Duración: 170 horas cronológicas

Modalidad de Estudio: 100% online

MÓDULO II: REDES SOCIALES Y COMMUNITY MANAGEMENT

Unidad 6: Social Media: generando éxito.

- E-commerce.
- Streaming & podcast.
- Mobile y redes sociales.
- Creación de códigos QR.

Unidad 7: Redes Sociales como instrumentos de negocio (FB, INS, YT, TW, LI, PI, GMB, WAP).

- Redes Sociales en nuestros planes de marketing digital.
- Principales Redes Sociales.

Unidad 8: Creación de contenido.

- Estrategia de contenidos.
- Redes Sociales y el blog como un amplificador del contenido.
- Formatos y contenidos.

MÓDULO III: E-COMMERCE Y

Unidad 9: E-Commerce.

- E-commerce como una opción de venta efectiva.
- Tendencias que afectan al e-commerce.
- Herramientas para crear un sitio o tienda de e-commerce.

Unidad 10: Optimizando la experiencia del e-Commerce.

- Estructura tienda online
- Administración de tienda online.

MÓDULO IV: EMAIL MARKETING, SEM Y SOCIAL ADS

Unidad 11: Email marketing

- Email marketing como elemento del marketing online.
- Lista de correos electrónicos
- Emails efectivos
- Plataformas de envío masivo de emails.

Unidad 12: SEM y Google Ads

- SEM y su coexistencia con SEO.
- Estructura de anuncios online de Google Ads
- Optimización de campañas.
- Creación de campañas en Facebook, Instagram, Twitter, YouTube y LinkedIn.

Unidad 13: Social Ads – Publicidad en Redes Sociales.

- Social Ads como destino de la inversión publicitaria online.
- Campañas en Facebook, Instagram, Twitter, YouTube y LinkedIn.

MÓDULO V: KPI Y ROI.

Unidad 14: Interpretando analytics en medios sociales.

- Herramientas para medir la efectividad del rendimiento de contenidos y gestión de comunidad en Redes Sociales.
- Funciones de análisis propias de cada una de las principales Redes Sociales.
- Interpretación de métricas.

Unidad 15: KPI y ROI: Medir el éxito.

- Parámetros de control (KPI's) y rendimiento (ROI) como parte fundamental en la evaluación de estrategias de marketing.
- KPI's y su relación con la naturaleza de los objetivos del plan de marketing.

Unidad 16: La fusión online offline

- Modelos mixtos de estrategias de marketing.
- Oportunidades y necesidades que plantean los nuevos modelos de consumidores.
- Experiencias personalizadas para los consumidores.

EVALUACIÓN FINAL.

*Contenido de la malla sujeto a modificaciones.

INSTITUCIÓN AUTÓNOMA RECONOCIDA POR EL MINEDUC