



iacc Expertos
en educación
online

MALLA CURRICULAR_

Diplomado en Marketing Digital

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.

Título: Diplomado en Marketing Digital

Duración carrera: 170 horas cronológicas

Modalidad de estudio: 100% online


Comisión Nacional
de Acreditación
CNA-Chile

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

POR QUÉ ELEGIR estudiar en IACC

En IACC contamos con un servicio de acompañamiento único para nuestros estudiantes, compuesto por grandes profesionales que trabajan día a día con el objetivo de lograr una formación excepcional y desarrollar las competencias necesarias para ofrecer profesionales de excelencia en el mundo laboral.

- **Tutores de Inducción:** orientan a los estudiantes en sus inicios.
- **Consejeros Estudiantiles:** los guían durante toda su formación profesional, hasta el término de sus estudios.
- **Docentes:** vinculados al mundo laboral.
- **Unidad Socioafectiva:** un servicio que les brindará ayuda cuando esté en riesgo su avance académico.

MALLA CURRICULAR:

Diplomado en 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 General

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 (Administrativos Y/O Académicos)

- 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:

- Haber rendido la evaluación final integradora.
- Obtener una nota igual o superior a 4,0 y haber rendido la evaluación final.

MALLA CURRICULAR:

Diplomado en Marketing Digital

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 pionero 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.

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 TIENDAS ONLINE.

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.

MALLA CURRICULAR:

Diplomado en Marketing Digital

CONTENIDOS DEL DIPLOMADO

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.