

Marketing digital: herramientas esenciales



Marketing digital: herramientas esenciales

Detalle del Curso

Fecha de inicio: 05-03-2026

Fecha de término: 02-04-2026

Modalidad: Online

Área: Marketing y gestión de negocios

Tipo: Curso

Nivel: Básico

Duración: 1 mes /

Código sence: 1238084984

**Actividad de capacitación autorizada por Sence para los efectos de la franquicia tributaria de capacitación, no conducente al otorgamiento de un título o grado académico.*

Descripción

Los participantes podrán revisar los beneficios de una estrategia de marketing digital para formular soluciones con sus distintas herramientas y funciones, junto con medir el impacto en plataformas online. Se abordará el entorno y contexto en que se encuadra, sus principales tendencias y evolución, el consumidor y usuario online, los principales canales y plataforma como uso de Apps, Mobile y redes sociales. Se trabajará también la definición de objetivos, métricas, KPI's y audiencias entre otros elementos, para situar al marketing digital como un proceso general de marketing.

El curso permitirá al participante desarrollar aprendizajes sobre el rol del marketing digital, su aplicación en las organizaciones y su impacto para llevarlos a la práctica en su propio ambiente de trabajo, a través de la propuesta de una estrategia digital que mejore sus resultados.

El curso tiene un enfoque práctico y una modalidad online asincrónica, centrada en la autogestión del aprendizaje. Los contenidos están organizados en módulos accesibles a través de una plataforma online, brindando flexibilidad para que los participantes administren su tiempo de estudio. Los contenidos se presentan en formato de video clases a través de un LMS (o plataforma en línea). Los estudiantes contarán con el respaldo de un tutor dedicado, quien está disponible para orientar y resolver dudas. Se debe considerar que este tipo de modalidad no solo facilita el aprendizaje a distancia, sino que también se adapta a las responsabilidades y horarios de cada participante.

Dirigido a

Jefes de marketing; product manager; category managers; diseñadores; publicistas; administrativos; ingenieros; técnicos en marketing; informáticos; profesionales ligados a la comunicación y el marketing, periodistas y emprendedores.

Módulos y contenidos

Módulo 1

El rol del marketing digital en el contexto actual

1. Introducción al marketing digital

- Marketing y marketing digital.
- Marketing digital: evolución, contexto y rol.

2. Marketing digital como proceso en una estrategia de marketing

- Ecosistema digital y crecimiento del uso de Internet. Caso chileno y comparado.
- Componentes del entorno digital.

3. Aportes de la inteligencia artificial al marketing digital

4. Marketing digital: Desde los usuarios al proceso de diseño

5. Audiencia, usuarios digitales y su comportamiento

6. Modelo de la estrategia digital

- De dónde proviene la estrategia digital.
- Modelo de diseño estrategia digital.
- Omnipresencia y sus desafíos.

Módulo 2

Principales herramientas de marketing digital y sus elementos interactivos para el diseño de la estrategia de marketing online

1. Diseño de una estrategia de marketing digital: Herramientas para su desarrollo

2. Elementos básicos para el diseño de una estrategia digital

- Pilares y entorno.

3. Herramientas para el diseño de una estrategia digital

- Posicionamiento orgánico e inducido (SEO y SEM).

4. Medios y formatos digitales en una estrategia digital

- Tipos de formatos digitales.

5. El mobile marketing en el diseño de una estrategia de marketing digital.

6. Mobile marketing como herramienta principal de las campañas de marketing digital

- Plataformas: Mobile marketing.

7. Nuevas formas digitales de conectar a los usuarios con las marcas

- Social media – redes sociales.
- Community management: Comunicación de la marca con los fans.
- El rol de los influencers y embajadores en el entorno digital.

Módulos y contenidos

Módulo 3

Estrategia de marketing digital en todas sus etapas con la formulación de objetivos y soluciones digitales para distintas plataformas

1. Territorios fundamentales para la elaboración de un plan de marketing digital

2. Territorios fundamentales en el plan de marketing

- Conocimiento de la audiencia.
- Automatización de las acciones digitales.
- Personalización de la comunicación con los usuarios.
- Evaluación de las acciones.
- Relevancia del contenido.
- Uso de embudos digitales.

3. Elaboración de un plan de marketing digital

4. Consideraciones generales para la elaboración de un plan de marketing digital

- Organizar, simplificar ejecutar y medir.
- Aporte de la inteligencia artificial.
- Estructura de un plan de marketing digital

5. Estructura de una estrategia de marketing digital

- Posicionar y promover una marca en el entorno digital: Diagnóstico y formulación.
- Aprendiendo a definir una campaña de marketing digital.
- Diseño de plan de marketing digital: Objetivos, planificación y contenidos en un entorno omnicanal.
- Selección de herramientas de marketing digital según objetivos definidos.
- Estrategia de medios digitales y su integración con las herramientas digitales.
- Definición de presupuesto y alcances.

Módulo 4

Indicadores de medición de impacto de los componentes de las herramientas de marketing digital

1. Mediciones de acciones de marketing digital

2. Elementos básicos de la medición en el marketing digital

- Métricas y definición de KPI's del marketing digital

3. Herramientas para la medición

- Embudo del marketing digital
- Tipos de métricas

4. Reporte de resultados de una campaña de marketing digital

5. Qué es un reporte de resultados?

6. Aspectos generales a considerar en un reporte de resultados

- Objetivos
- Resultados
- Gráficos
- Autoexplicación

7. Elementos del reporte de resultados

Equipo docente



Claudia Halabí

Jefa de programa

Directora de Educación Continua UC. Ingeniero Comercial y Economista, Universidad de Chile. Ph.D en Economía, Universidad de Georgia, EEUU. Executive Program in Corporate Strategy, Universidad de Chicago. Disciplines of Innovation Certificate, Universidad de Stanford.



Gonzalo Leitao

Profesor

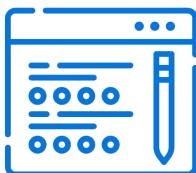
Gonzalo Leitao es periodista (Universidad Diego Portales), magíster en Comunicación Empresarial Estratégica (Universidad Diego Portales y Pompeu Fabra de España) y máster en Dirección y Gestión de Negocios Digitales (Universidad Politécnica de Valencia, España). Diplomado en Gestión de Proyectos Web (Universidad de Chile).

Metodología y certificación



Metodología

El curso es 100% online y utiliza metodología basada en el constructivismo, en la cual el estudiante es el actor principal de su propio aprendizaje.



Evaluación

Al final de cada módulo, el alumno realizará una evaluación en línea de los contenidos estudiados. Además, elaborará un trabajo final de aplicación.



Certificación

Los alumnos que cumplan las exigencias del programa recibirán un certificado de aprobación otorgado por la Pontificia Universidad Católica de Chile.

¿Porqué elegir Teleduc para capacitar?

Compromiso con la calidad

Nº1 de habla hispana en Latinoamérica Ranking QS Latam 2025 y certificada bajo la NCh 2728.

Proceso de mejora continua

Revisamos sistemáticamente nuestros cursos para asegurar que se cumplan nuestros estándares de calidad.

Diseño de cursos acorde a tus necesidades

Diseñados por expertos en educación a distancia, nuestros cursos presentan contenidos teóricos y prácticos para aplicarlos a situaciones concretas.

Cobertura nacional e internacional

Accederás a la plataforma educativa virtual desde cualquier lugar con conectividad a internet sin importar tu ubicación geográfica.

Efectividad y flexibilidad

Las actividades se desarrollan en forma 100% remota, lo que permite entregar flexibilidad en los horarios, de esta manera podrás distribuir tu tiempo y ser autónomo en tu proceso de aprendizaje.

Más de 40 años de experiencia

Somos la institución con mayor experiencia en educación a distancia de Latinoamérica.

Sistema tutorial

El proceso de enseñanza-aprendizaje se acompaña de un tutor, quien tendrá un rol de mediador y facilitador.

Certificación UC

Al realizar el curso nuestros alumnos reciben una certificación de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Admisión y matrículas

Proceso de matrícula

Valor pesos: \$140.000*

Valor dólar: \$140 dólares*

Web Pay Tarjeta de Crédito

Web Pay Tarjeta de Débito – RedCompra.

(*) Precio válido solo por el día 16/02/2026.

Este programa requiere un número mínimo de matriculados para dictarse y puede sufrir cambios tanto en la programación como en el cuerpo docente, por razones de fuerza mayor.

Requisitos de aprobación

Para la aprobación del curso, el alumno debe haber obtenido al menos la calificación mínima (4.0) en su promedio ponderado de las actividades evaluadas. Los alumnos que aprueben las exigencias del programa recibirán un certificado de aprobación otorgado por la Pontificia Universidad Católica de Chile. Nota: Las personas que no cumplen con el requisito de aprobación no recibirán ningún tipo de certificación.
