

# Marketing

---



# Marketing

## Detalle del Curso

---

**Fecha de inicio:** 05-02-2026

**Fecha de término:** 30-04-2026

**Modalidad:** Online

**Area:** Marketing y gestión de negocios

**Tipo:** Pack

**Nivel:** Intermedio

**Duración:** 3 mes / 0

## Descripción

---

***Si no figura la fecha de inicio de este pack (por período de cambio/inicio de fechas: “Por definir”), puedes verla al entrar en “Matricúlate aquí”.***

¿Quieres iniciarte en el mundo del marketing digital o fortalecer tus competencias para destacar en entornos digitales cada vez más competitivos? Conoce más sobre lo que contiene este Pack de cursos.

**Técnicas de marketing digital:** Aprende los principios esenciales del marketing digital. Explora estrategias, herramientas y canales digitales para posicionar tu marca, atraer audiencias y generar valor.

**Técnicas para realizar campañas de marketing en redes sociales:** Conoce cómo diseñar, ejecutar y optimizar campañas efectivas en plataformas de redes sociales. Domina los formatos, segmentación y métricas clave para lograr resultados concretos.

**eCommerce:** crea y optimiza tu negocio digital: Avanza en la venta online de productos o servicios. Aprende tanto a gestionar una tienda digital como a potenciar la experiencia del cliente y aumentar tus conversiones. Conoce los distintos aspectos necesarios para vender en línea.

### **Beneficios:**

- Certificado de finalización para cada curso.
- Contenidos actualizados y aplicables al mundo laboral.
- Acompañamiento de expertos en marketing digital.

Invierte en tu futuro profesional y adquiere herramientas concretas para desenvolverte en el entorno digital. ¡Inscríbete ahora y transforma tu carrera con marketing digital!

---



## Contenidos

---

### Curso Marketing digital: herramientas esenciales

#### 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.
- Omnicanalidad 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.

---

## 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**

---

## Curso Marketing digital en redes sociales: estrategias esenciales

### Módulo 1

#### Redes sociales en el actual contexto del marketing digital

- Principales definiciones sobre el marketing, el marketing digital y las redes sociales.
- Marketing en redes sociales y su impacto.
- Rol y objetivo de las redes sociales.
- Usuarios y comunidades de las redes sociales.

---

### Módulo 2

#### Principales modelos de redes sociales: características, objetivos y audiencias

- Aspectos claves de las redes sociales como herramientas de marketing digital.
- Estructura de marketing y tipos de redes sociales.
- Principales redes sociales y su rol como herramientas de marketing digital I.
- Principales redes sociales y su rol como herramientas de marketing digital II.

---

### Módulo 3

#### Formulación de campañas en redes sociales

- Planificación en redes sociales.
- Pasos de campañas en redes sociales.
- Estrategias de comunicación: contenido audiovisual e influencers.
- Planificación de campañas de redes sociales.

---

### Módulo 4

#### Alcances, beneficios y límites de las campañas de redes sociales como estrategia de comunicación

- Alcance e impacto en redes sociales.
- Viralización y construcción de identidad en redes sociales.
- Los desafíos de las redes sociales.
- Tendencias en redes sociales.



## Curso eCommerce: crea y optimiza tu negocio digital

### Módulo 1

#### Introducción al marketing digital y comercio electrónico

- Conceptos básicos del marketing digital y del comercio electrónico
- Modelos de negocio y monetización en el ecommerce
- Tipos de negocios en comercio electrónico
- Opciones para levantar un ecommerce

---

### Módulo 2

#### Creación y gestión de una tienda en línea

- Funcionalidades y plataformas de comercio electrónico
- Etapas de la venta online y gestión de catálogo
- Gestión de inventario, formas de envío y métodos de pago
- Aumentar la tasa de conversión

---

### Módulo 3

#### Marketing digital y promoción en el comercio electrónico

- Estrategias de marketing digital
- Herramientas tradicionales de la estrategia digital
- Redes sociales en la estrategia
- Análisis y medición del rendimiento

---

### Módulo 4

#### Aspectos legales y de seguridad en el comercio electrónico

- Regulaciones y legislación en el comercio electrónico
- Validez de los contratos y términos y condiciones
- Protección del consumidor y derechos del usuario
- Seguridad en el comercio electrónico

## 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).

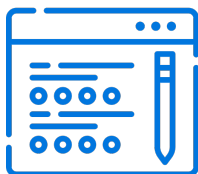
## Metodología y certificación

---



### 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: \$450.000\*

Valor dólar: \$450 dólares\*

Web Pay Tarjeta de Crédito

Web Pay Tarjeta de Débito – RedCompra.

**(\*) Precio válido solo por el día 15/01/2026.**

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 cumplan con el requisito de aprobación no recibirán ningún tipo de certificación.

---