

Diplomado en **Marketing y estrategia digital**

UCI University of
California, Irvine

Fecha de inicio: **21/09/2020**

Online

120 Horas

6 Meses





Plan académico de perfeccionamiento y certificación internacional que permite a los estudiantes obtener un certificado oficial e internacional.



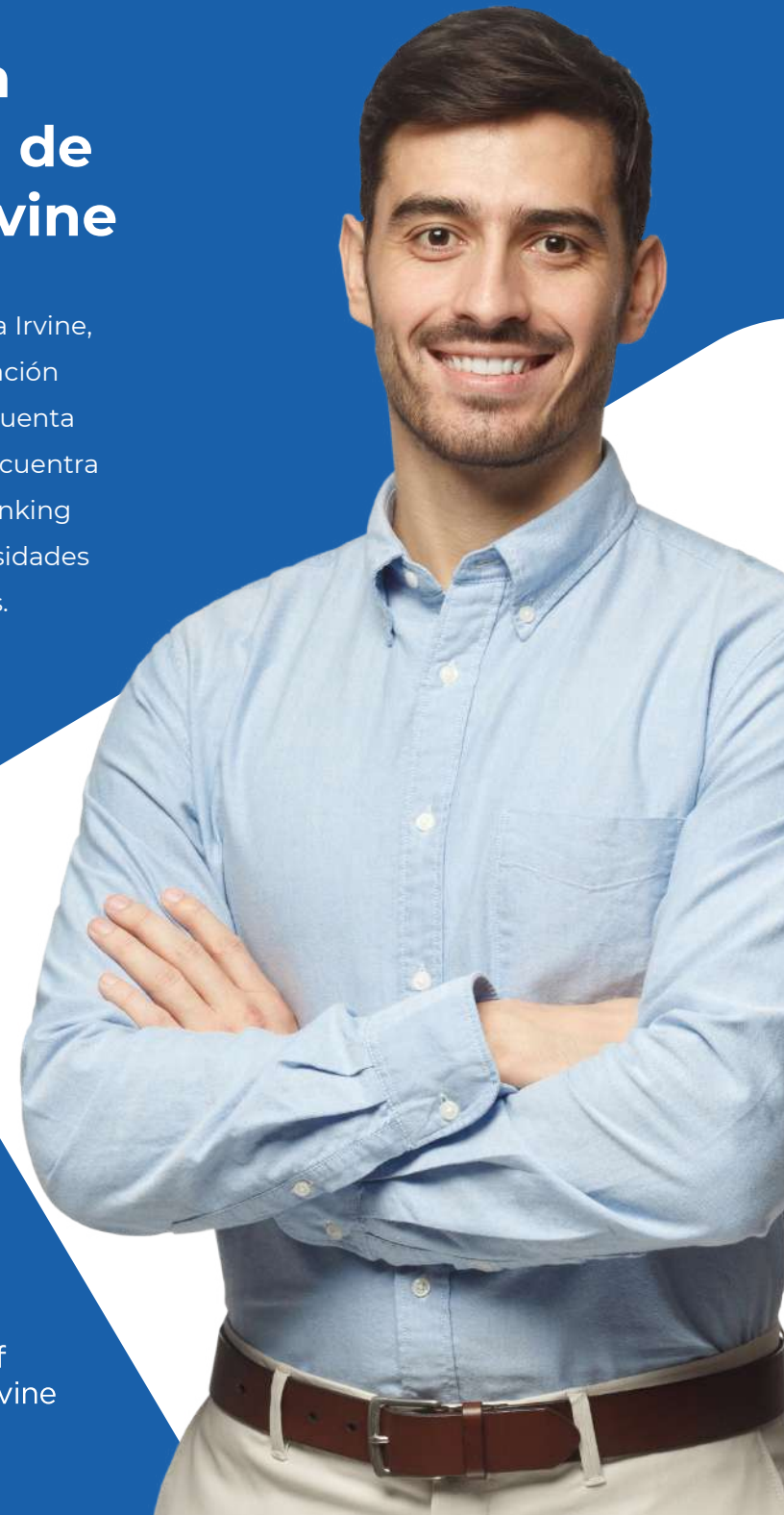
Actualiza tus conocimientos y habilidades mediante la incorporación de herramientas teóricas y prácticas que mejoran el impacto de tu emprendimiento o desarrollo empresarial.



Dictado en modalidad online, permite total flexibilidad y accesibilidad para el alumno, quien podrá escoger el lugar, horario y ritmo de estudio en el dispositivo que más te acomode.

Acerca de la Universidad de California Irvine

La Universidad de California Irvine, es una institución de educación superior fundada en 1965, cuenta con 29.736 alumnos y se encuentra en el lugar número 9 del ranking 2020 de las mejores universidades públicas en Estados Unidos.



UCI University of California, Irvine

Programa de estudios

Descripción del Diplomado

En este diplomado, los estudiantes desarrollarán oportunidades en los campos de marketing, comunicaciones y gestión de productos; combinando habilidades en investigación, redacción, diseño y análisis. Lo que impulsa el crecimiento del marketing digital hoy, son los avances tecnológicos en la información personal y móvil. Un mayor desarrollo en las áreas de inteligencia artificial y realidad aumentada/virtual crea nuevas oportunidades para que las empresas se conecten con los clientes e influyan en su comportamiento. Este programa proporcionará a los estudiantes las habilidades gerenciales y organizativas para definir mensajes clave, posicionar marcas y productos con éxito hoy y en el futuro.

Dirigido a:

Profesionales del área de marketing, comunicación y gestión de productos que quieren influir positivamente en la estrategia comercial y crear planes de marketing y comunicaciones relevantes para sus organizaciones. El plan de estudios también es adecuado para estudiantes que aspiran a entrar en este campo de crecimiento y ofrece una visión general fundamental de cómo impulsar y administrar campañas de marketing digital en varias plataformas.



Objetivos:

- Aprender a administrar estrategias integradas de marketing y comunicaciones para lograr metas y objetivos de la organización.
- Analizar canales y tácticas de marketing digital para varios modelos de negocios.
- Desarrollar un plan de gestión de productos para llevar un nuevo producto o servicio al mercado.
- Aplicar análisis de datos cuantitativos a la fijación de objetivos y pronósticos.
- Identificar el poder de diferenciación en la gestión de marca.

Módulos

Módulo 1
Tácticas y estrategias del marketing digital

24 Horas

Módulo 2
Gestión dinámica de los productos

24 Horas

Módulo 3
Comunicación integrada de marketing

24 Horas

Módulo 4
Optimización del desempeño del marketing

24 Horas

Módulo 5
Investigación del marketing y planificación estratégica

24 Horas

Descripción general

Módulo 1

Tácticas y estrategias del marketing digital

- Definición de la audiencia digital.
- Adquisición y creación de la audiencia.
- Marketing en motores de búsqueda.
- Conversión y retención.
- Marketing móvil.
- Optimización, prueba y análisis del sitio web.

Módulo 2

Gestión dinámica de los productos

- Fundamentos de la gestión de productos.
- Identificación de la audiencia.
- Gestión de marca.
- Estrategia de comunicación de marketing.
- Comunicación integrada de marketing.
- Presupuesto y ROI.

Módulo 3

Comunicación integrada de marketing

- Introducción a la comunicación integrada de marketing.
- Diseño del mensaje maestro.
- Marketing de contenidos de la CIM.
- Estrategia y posicionamiento de la marca.
- Aplicación del proceso creativo a los mensajes.
- Como lograr que las partes de interés compren el plan de comunicación.

Descripción general

Módulo 4

Optimización del desempeño del marketing

- Definición de los objetivos del marketing.
- Análisis para determinar el ROI.
- Incentivos a las ventas y funciones de marketing dentro de una organización.
- Administración de la adquisición, la conversión y la retención.
- Diferencias estratégicas entre el marketing de productos y el marketing de servicios.
- Planificación de marketing impulsada por los resultados finales.

Módulo 5

Investigación del marketing y planificación estratégica

- La investigación de mercado es el punto de partida de una estrategia comercial eficaz.
- Segmentación de mercado y definición del enfoque de la investigación.
- Diseño y facilitación de la investigación.
- Desarrollo de la estrategia de marketing para mercados locales y globales.
- Negocio digital y estrategias para el mercado de consumo.
- La ética y el futuro del marketing.

Conoce a nuestro cuerpo docente del Programa internacional Universidad de California e IPLACEX



Sebastián Harrison

Ingeniero Civil Industrial diploma en Ingeniería Eléctrica de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Experto en la formación de nuevos negocios, en la coordinación de grupos humanos y con experiencia de más de 10 años en instituciones de educación superior. Además, se desempeña como consultor senior de empresas en el área del marketing digital, construcción de marcas en canales digitales, creación de valor a través del e-commerce y posicionamiento de ofertas en motores de búsqueda online, y también como docente de marketing digital en prestigiosas universidades nacionales.



Juan Carlos Bacarreza

Director de la escuela de Administración y Negocios de IPLACEX.

Ingeniero Civil Industrial de la Pontificia Universidad Católica de Chile, MBA de la Pontificia Universidad Católica y The Anderson School of Management at UCLA, Los Angeles, EE.UU. Directivo y docente de instituciones de educación superior con experiencia de más de 8 años en gestión y desarrollo académico.

MATRÍCULA

\$150.000

ARANCEL

\$1.690.000

