



UCSC



UNIVERSIDAD ACREDITADA
NIVEL AVANZADA
Gestión Institucional - Docencia de Pregrado
Investigación - Vinculación con el Medio
ACREDITACIÓN PRORROGADA
SEGÚN RESOLUCIÓN EXENTA N°501-4
INSTITUCIÓN EN PROCESO DE EVALUACIÓN

CAMBIA EL FUTURO, HOY



FACULTAD DE COMUNICACIONES,
HISTORIA Y CIENCIAS SOCIALES

Diplomado en Marketing Digital



DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

Nuestro Diplomado en Marketing Digital, busca desarrollar habilidades y actualizar conocimientos en marketing digital mediante el diseño, gestión y evaluación de estrategias, con foco en el cliente y cómo éste se comporta en entornos digitales.

El programa busca entregar las herramientas metodológicas y técnicas necesarias para implementar acciones de marketing digital y creación de contenidos e indicadores cuantitativos para una gestión eficiente.

MÓDULO 1

Auditoría Digital

- Branding digital
- Herramientas digitales
- Auditoría de marketing digital
- FODA digital
- CAME digital
- Objetivos SMART

MÓDULO 2

Plan de Marketing Digital

- Medios de comunicación digital
- Estrategias de marketing de digital
- Buyer persona
- Modelo AIDA
- Funnel de ventas / Modelo Inbound
- Herramientas Modelo Inbound (Ads, Landing Page, CRM, Email Marketing)
- Modelos de negocio en internet
- Modelo Market Fit

MÓDULO 3

Marketing de Contenidos Digitales

- Arquitectura del contenido: de la visibilidad a la fidelización
- Planificación de contenidos multiplataforma: formatos, objetivos y frecuencia
- Contenidos evergreen vs. contenidos de tendencia
- SEO estratégico para blogs y sitios web
- Gestión del contenido en WordPress
- Licencias Creative Commons y prompts para IA generativa
- Técnicas de copywriting
- Narrativas digitales y storytelling aplicado al marketing
- Técnicas y herramientas para contenidos virales
- Fundamentos del e-mail marketing
- Calendario editorial dinámico: herramientas y automatización
- Medición y ajuste de la estrategia de contenidos: KPIs por etapa del embudo



MÓDULO 4

Social Media

- Panorama actual de redes sociales y ecosistemas digitales
- Tipologías de plataformas y sus algoritmos (TikTok, Instagram, X, LinkedIn, etc.)
- Alcance orgánico vs. publicidad: estrategias combinadas
- Gestión de comunidades: del engagement a la co-creación (UGC, creators, fandoms)
- SMO (Social Media Optimization) y su diferencia con SEO
- Diseño de contenidos visuales y audiovisuales según red
- Tendencias en video corto, reels, lives y contenidos interactivos
- Elaboración de contenidos para redes sociales

MÓDULO 5

Campañas publicitarias efectivas

- Aprendiendo a definir una campaña de marketing digital según sus objetivos
- Paid Social (META)
- Google Ads (SEM)
- Estrategias de anuncios exitosas
- Segmentación abierta y detallada
- Landing pages buenas prácticas y leads magnet
- Definición de presupuesto y alcances
- Políticas publicitaria

MÓDULO 6

Métricas

- Analítica y Métricas Web
- Google Analytics
- Google Tag Manager
- Análisis de métricas y KPI

MÓDULO 7

Proyecto Final Integrado

- Diseño de plan de marketing digital: Objetivos, planificación y contenidos en un entorno omnicanal





Juan Guillermo Orellana Yáñez

/ Publicista Profesional, DuocUC

- Máster en Comunicación Estratégica y Negocios, Universidad del Desarrollo.
- Se ha desempeñado como fundador de empresas y emprendedor, asesor y consultor empresarial, asesor de Marketing digital. Fundador y gerente general de la empresa de marketing digital Ads Digital SpA, Asesorando a emprendedores y empresas en estrategias digitales.



Guillermo Alejandro Verbakel Vila

/ Periodista y Licenciado en Comunicación Social, Universidad del Desarrollo

- Máster en Creación y Comunicación Digital, Universidad de La Coruña, España.
- Tiene experiencia periodística en medios digitales como CNN en Español y La Voz de Galicia, y especializaciones en multimedia en la Universidad de Miami.
- Más de 20 años de experiencia como docente de pre y post grado en el área digital de diversas universidades -entre ellas la Universidad del Desarrollo, Autónoma, San Sebastián, Finis Terrae, Católica de la Santísima Concepción y la Pontificia Universidad Católica.
- Actualmente realiza asesorías comunicacionales en el área de los nuevos medios, redes sociales y estrategias de marketing digital.



Myriam Cáceres Canessa

/Publicista, DuocUC

- Licenciada en Comunicación Social, Universidad del Pacífico.
- Diplomado Expert Social Media y Marketing Digital, Universidad del Pacífico.
- Diplomado en Marketing Digital Deportivo, Barça Innovation Hub - Universitat.
- Magíster en Comunicación Estratégica, Universidad del Pacífico.
- Académica en la Universidad Católica de la Santísima Concepción y Universidad de Concepción.
- Más de 12 años de experiencia como docente de pregrado y postgrado en el área de la comunicación corporativa y comercial, creatividad y marketing digital de la Universidad de Concepción y de la Universidad Católica de la Santísima Concepción. Pertenece a la Red de Mentores de INCUBA UdeC, Propietaria y Directora Creativa de Myra Publicidad.

Universidad
Católica
de la Santísima
Concepción



UCSC

DIRECCIÓN DE FORMACIÓN CONTINUA Y SERVICIOS



UNIVERSIDAD ACREDITADA
NIVEL AVANZADA
Gestión Institucional - Docencia de Pregrado
Investigación - Vinculación con el Medio
ACREDITACIÓN PRORROGADA
SEGÚN RESOLUCIÓN EXENTA N°5014
INSTITUCIÓN EN PROCESO DE EVALUACIÓN

CONTACTO

formacioncontinua@ucsc.cl

 +56 9 6200 5901