

Programa de Asignatura
Marketing Digital

Misión Facultad de Economía y Negocios

“Contribuir al desarrollo económico y social a través de la generación y difusión de conocimiento avanzado y la formación de profesionales de excelencia en el campo de la administración y la economía, que se distingan por su capacidad emprendedora, mentalidad global, actitud innovadora y que sean capaces de transformarse en protagonistas en la generación de valor e impacto en las organizaciones.”

A. Antecedentes Generales

1. Unidad Académica	Facultad Economía y Negocios					
2. Carrera	Ingeniería Comercial					
3. Código	EEL473					
4. Ubicación en la malla	V Año					
5. Créditos¹	10					
6. Tipo de asignatura	Obligatorio		Electivo	X	Optativo	
7. Duración	Bimestral		Semestral	X	Anual	
8. Módulos semanales	Clases Teóricas	X	Clases Prácticas		Ayudantía	
9. Horas académicas²	Clases				Ayudantía	
10. Pre-requisito	Marketing II					

Perfil de Egreso del Ingeniero Comercial de la Universidad del Desarrollo

“El Ingeniero Comercial de la Universidad del Desarrollo es un profesional formado en el campo de la administración, capaz de comprender la evolución de la economía nacional y mundial, y capaz de realizar en forma exitosa funciones de gestión y creación de negocios. Se caracteriza por su capacidad emprendedora, liderazgo y trabajo en equipo, comprometido con el desarrollo del país, actuando con rectitud en su quehacer académico y profesional, y preparado para enfrentar el mundo del trabajo”

¹ Considerar para este elemento el “Instructivo de Asignación de Créditos”, enviado desde la Vicerrectoría de Pregrado de la UDD.

² Incorporar el total de horas por periodo académico. Considerar las horas definidas en el Plan de Estudios de la carrera y las modificaciones si las hubiere.

B. Aporte al Perfil de Egreso

Aprender del nuevo mundo digital y las principales herramientas para aumentar la presencia de marca y las ventas online

C. Objetivo de Aprendizaje General de la asignatura.

- Entendimiento y conocimiento del nuevo cliente digital, en un nuevo mundo de negocios
- Análisis y conocimiento de las principales herramientas necesarias para tener un mejor entendimiento del marketing digital.
- Diseño de estrategia y posterior implementación de las principales herramientas de análisis y gestión

D. Unidades de Contenidos y Resultados de Aprendizaje

En esta dimensión deberá incorporar la información en el siguiente cuadro:

Unidades de Contenidos	Resultados de Aprendizaje <i>(por unidades y competencias específicas / genéricas)</i>
Unidad 1: Escenario digital y Plan estratégico 1. Introducción escenario digital 2. Estrategia Digital 3. Buyer Personas 4. Customer Journey + Touchpoints	Reconocer la importancia de la estrategia previa a implementación del plan de Mktg Digital. Diseño del viaje del cliente.
Unidad 2: Analytics 1. Kpis de acuerdo con objetivos 2. <i>Funnel: Embudo de ventas</i>	Análisis de los principales Kpis.
Unidad 3: Growth y herramientas 1. <i>CRM y Loyalty</i> 2. <i>Email Marketing</i> 3. <i>Google Analytics</i> 4. <i>Motores de búsqueda: SEM y SEO</i> 5. <i>RRSS</i> 6. <i>Otras herramientas: Display, remarketing, programmatic</i> 7. Plan de medios	Análisis de las principales técnicas de crecimiento acelerado
Unidad 4: Omnicanalidad 1. <i>Introducción y omnicanalidad</i>	<i>Distinguir principales conceptos de Omnicanalidad / E-commerce</i>

<p>2. <i>UX/UI</i></p> <p>3. <i>Datos y análisis – CRO</i></p> <p>4. <i>Logística y Last Mile</i></p> <p>5. <i>Lo que se viene: Metaverso, AI, VR</i></p>	
---	--

E. Estrategias de Enseñanza

1. Metodología de las clases: trabajo del contenido conceptual con participación interactiva de los estudiantes
2. Aplicación práctica: ejercicios y desarrollo de casos

F. Estrategias de Evaluación

Evaluaciones formativas: Incluye tareas individuales, simulación y análisis de casos.
 Trabajo final: desarrollo de trabajo grupal incluyendo toda la materia del curso

G. Recursos de Aprendizaje

Bibliografía obligatoria

- Simulación: Marketing Simulation, Customer Centricity
- Casos HBR

Complementaria:

- Storytelling con datos. Visualización de datos para profesionales. Cole Nussbaumer