



Universidad del Desarrollo
Facultad de Comunicaciones

35
AÑOS

Universidad
del Desarrollo

MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA, MARKETING Y NEGOCIOS

**MARKETING DIGITAL COMO PALANCA DE LA
TRANSFORMACIÓN DIGITAL**

LA SALLE - UNIVERSITAT RAMÓN LLULL - BARCELONA

8 AL 17 DE JUNIO DE 2026

INTRODUCCIÓN

Este programa internacional —desarrollado por la Universidad del Desarrollo en conjunto con La Salle – Universitat Ramon Llull en Barcelona— busca entregar herramientas actualizadas y prácticas para abordar los desafíos del marketing digital desde una mirada estratégica. Desarrollar los conceptos de marketing digital como palanca de la transformación digital.

El programa combina sesiones teóricas, workshops, visitas a empresas líderes y experiencias culturales en una de las ciudades más vibrantes de Europa.

El objetivo es que cada participante pueda diseñar y elaborar su plan de marketing, desarrollar un conjunto de conocimientos y habilidades que sean de aplicación en este contexto y permitan la elaboración y ejecución de un Plan de Marketing Digital.



OBJETIVOS DEL PROGRAMA



1

Comprender las claves del marketing digital, e-commerce y redes sociales como motores de transformación para organizaciones y proyectos.

2

Aplicar herramientas y metodologías digitales mediante sesiones prácticas, análisis de casos y trabajo en equipo, con foco en la creación de un plan de marketing digital.

3

Desarrollar habilidades estratégicas, analíticas y de pensamiento estratégico que permitan integrar de manera coherente y efectiva el canal digital en la gestión comercial y comunicacional de una organización, alineando las acciones con los objetivos y visión institucional.

CONTENIDO DEL PROGRAMA

SESIÓN 1 – Importancia del plan de marketing digital

- Introducción al marketing digital.
- Diseño y creación de un plan de marketing digital.
- Presentación de la pauta para el trabajo grupal final.



SESIÓN 2 – La web y el e-commerce

La web

- Objetivos de la web.
- Conceptos básicos.
- Diseño y usabilidad.
- Plataformas.
- Creación de web con IA.

Introducción al e-commerce

- Estrategias de fidelización y retención de clientes.
- La tienda online: elementos clave.
- Plataformas E-commerce.
- Medios de pago en Internet.
- Seguridad en el comercio electrónico.
- Operaciones y logística de mi tienda electrónica.

CONTENIDO DEL PROGRAMA

SESIÓN 3 – Search engine optimization (SEO)

- Definición de SEO.
- Introducción a los buscadores.
- Arquitectura de la información.
- Las palabras clave (keywords).
- El algoritmo de Google.
- La importancia del contenido.
- ¿Qué es el Link building y para qué sirve?
- Herramientas SEO.
- Crear contenido SEO con IA.

SESIÓN 4 – Publicidad digital

- Introducción a la publicidad digital.
- La planificación de campañas y plan de medios.
- Audiencias.
- Seguimiento de campañas.
- IA para nuestro plan de medios.

SESIÓN 5 – Search engine marketing (SEM) y e-mailing

SEM

- Definición del SEM.
- Google Adwords.
- Conceptos básicos de Google Adwords.
- Generación de campañas.

¿Qué es el email marketing?

- Ventajas y características.
- Principales KPIs del mail marketing.
- Optimización de campañas.
- Segmentación.
- Definición de un plan de contactos.
- Estructura y contenido de la plantilla.
- Herramientas de emailing.
- Herramientas IA aplicadas al e-mail marketing.

CONTENIDO DEL PROGRAMA

SESIÓN 6 – Social media

Social media strategy (SMS)

- Introducción.
- ¿Qué es SMS?
- Principales redes sociales de ocio y profesionales.
- Medios sociales: blogs.
- Gestión de la reputación online.

Social media optimization (SMO)

- ¿Qué es el SMO?
- ¿Cómo se gestiona el SMO?

Social media marketing (SMM)

- ¿Qué es el SMM?
- Publicidad y optimización en redes sociales: facebook, X, instagram y youtube.
- Medición de resultados: social media analytics.

SESIÓN 7 – Analítica web

- Introducción Analítica Web.
- Google Analytics.
- Etiquetado de campañas.
- Dashboard - panel de control.
- Social Media Analytics.
- Reportes potenciados por IA.

SESIÓN 8 – Sesión de evaluación

- Presentación de los trabajos en grupo: plan de marketing digital.
- Feedback del plan de marketing digital.



CALENDARIO

Horario	8 Jun 2026	9 Jun 2026	10 Jun 2026	11 Jun 2026	12 Jun 2026
09:00 – 13:00	Bienvenida a La Salle	Sesión 1	Sesión 3	Sesión 4	Sesión 6
13:00 – 14:00	Visita cultural / Almuerzo	Almuerzo	Almuerzo	Almuerzo	Almuerzo
14:00 – 18:00	Tour por Barcelona	Sesión 2	Visita empresa	Sesión 5	Visita empresa

Horario	15 Jun 2025	16 Jun 2025	17 Jun 2025
09:00 – 13:00	Sesión 7	Actividad Grupal	Salida: 08:50 a Bodegas Torres
13:00 – 14:00	Almuerzo	Almuerzo	Picnic / almuerzo en viña
14:00 – 18:00	Sesión 8	Presentación final / Cierre	Llegada BCN: 19:00 hrs

VALOR

Valor por participante: \$2.300.000 CLP

INCLUYE

- Programa académico completo.
- Certificación conjunta UDD – La Salle.
- Almuerzos en días lectivos de formación.
- Visitas a empresas y traslados asociados.
- Acompañamiento de docente UDD supervisor.

NO INCLUYE

- Alojamiento.
- Desayunos, almuerzos y cenas (excepto lo indicado arriba).
- Traslado aeropuerto - hotel.
- Seguro de salud.
- Pasajes aéreos.





REQUISITOS

- Estudiantes y graduados del Magíster de Comunicación Estratégica, Marketing y Negocios UDD.
- Alumni de los cursos de educación continua de la Facultad de Comunicaciones UDD.

PROCESO DE POSTULACIÓN

Paso 1: completar el formulario de postulación. Desde el 22 de septiembre hasta el 20 de noviembre.

Adjuntar:

- Carta de motivación.
- Currículum vitae.

Paso 2: entrevista personal a cargo de la directora del Magíster de Comunicación Estratégica, Marketing y Negocios.

Paso 3: realizar el pago del programa, hasta el 30 de noviembre.





CONSIDERACIONES

- Completar el formulario de postulación no garantiza la asignación de un cupo dentro del programa.
- El cupo sólo será confirmado una vez que el interesado realice el pago.
- Las postulaciones serán recibidas por orden de llegada, la Universidad del Desarrollo no garantiza la disponibilidad de cupos hasta la fecha final de inscripción.
- La Dirección de Globalización informará mediante correo oficial la viabilidad del programa y dará el OK para la compra de pasajes. No existe responsabilidad alguna de la Universidad del Desarrollo sobre gastos que el participante decida realizar sin tener la confirmación del programa ya que es necesario tener un número mínimo de inscritos pagados.



Universidad del Desarrollo
Facultad de Comunicaciones

MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA, MARKETING Y NEGOCIOS

MARKETING DIGITAL COMO PALANCA DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

LA SALLE - UNIVERSITAT RAMÓN LLULL - BARCELONA

FECHAS	DURACIÓN	VALOR
Fecha de inicio: 8 de junio 2026 Fecha término: 17 de junio 2026	10 días	\$2.300.000 CLP (Incluye programa académico, certificación, almuerzos en días lectivos, visitas y traslados internos)

CONTACTO

Equipo de Globalización | pchandia@udd.cl
Facultad de Comunicaciones | crismartinez@udd.cl

