



Marketing Digital

Carrera	Ingeniería Comercial		
Código	-		
NRC	-		
Año de carrera/ Semestre	5° año / 1° semestre		
Créditos SCT- Chile	7	Horas totales	210
Módulos semanales de docencia directa	4	Horas semanales de trabajo autónomo	8
Tipo de asignatura	Disciplinar Magister		
Requisitos/ Aprendizajes previos	Marketing II		
Profesor responsable/ Coordinador	Christian Alvear Urrutia		
Contacto	calvear@miuandes.cl		

Definición de la asignatura

Este curso busca desarrollar en los alumnos las habilidades profesionales necesarias para aplicar las potencialidades de la transformación digital en la gestión amplia de Marketing, desde la Segmentación de Mercado hasta la Publicidad Digital.

Además, los prepara de manera práctica para el diseño e implementación de negocios on-line (web-based).

Aporte al Perfil de Egreso

El curso entrega herramientas teóricas y prácticas que permitirán al egresado desempeñar cargos con responsabilidad relacionados con Marketing Digital, ya sea en empresas tradicionales o negocios full on-line.

El enfoque de “entender y hacer” es central en la metodología de enseñanza aplicada, pues los alumnos desarrollan, durante el curso, un negocio digital real sobre el cual aplican lo aprendido.

El trabajo en grupo y la constante invitación a participar en clases crean en el alumno seguridad en sí mismo, capacidad de trabajar aceptando diferencias y respetando el esfuerzo y punto de vista del otro.

Adicionalmente, la dinámica del curso contribuye a desarrollar habilidades de comunicación y presentación de ideas.



Resultados de Aprendizaje generales de la asignatura

Al aprobar este curso, el alumno será capaz de:

- Diseñar y poner en Marcha un Negocio Web con los siguientes elementos: Modelos de Negocios, Creando Marcas en Internet, Hosting, Housing, Dominios, Herramientas de Desarrollo (PHP, Wordpress, Scriptcase)
- Optimizar la Visibilidad en Internet: SEO, Referidos, Contenido.
- Promocionar mediante Redes Sociales: Instagram/Facebook, Twitter, Youtube, Tik-Tok, LinkedIN.
- Medir y Gestionar el Tráfico de un negocio online utilizando Google Analytics.
- Comprar Visitas y Conversiones con SEM: Google Adwords, Facebook/Instagram Ads, Youtube Ads, etc.
- Rentabilizar un Negocio On-Line

UNIDADES	RESULTADOS DE APRENDIZAJE POR UNIDAD
1. Definición de marketing digital	Comprender las nuevas características de la Gestión de Marketing con posibilidades digitales
2. Estrategia de marketing	Reconocer las variables de Marketing y su uso estratégico
3. Transformación digital	Identificar los efectos y utilizar las ventajas que aporta la Transformación Digital
4. Modelos de negocios on-line	Comprender los diversos modelos y ser capaz de elegir uno.
5. Promoción on-line	Definir, difundir y promover el desempeño comercial de un negocio online (web-based)
6. Medición del desempeño del negocio	Implementar sistema de métricas web y analizar sus resultados: Visitas, Comportamiento y Conversiones



Requisitos de aprobación: Promedio de notas ponderado igual o superior a 3,95

Nota final de la asignatura: Promedio de notas ponderado igual o superior a 3,95

Evaluaciones y su ponderación semestral

Participación en clases	10%
Primera prueba	15%
Segunda prueba	20%
Trabajo semestral	25%
Examen	30%

Recursos de aprendizaje

Bibliografía básica:

- Kingsnorth, S. (2022). Digital Marketing Strategy, 3rd edition. Londres, UK: KoganPage Limited.
- Tuten, T. L. (2020). Principles of Marketing for a Digital Age. Londres, UK: Sage Publications Ltd.
- Tuten, T. L. (2021). Social Media Marketing. Londres, UK: Sage Publications Ltd.