

DIPLOMADO EN DESARROLLO DE PRODUCTOS DIGITALES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

ADMISIÓN 2024



Universidad de
los Andes

POSTGRADOS
Y EDUCACIÓN CONTINUA



UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
ACREDITADA EN TODAS LAS ÁREAS
NIVEL DE EXCELENCIA | 6 AÑOS

Gestión Institucional, Docencia de Pregrado, Investigación,
Vinculación con el Medio y Docencia de Postgrado.
Hasta diciembre de 2028.





DESCRIPCIÓN

Enfocado en el desarrollo práctico de habilidades, nuestro programa te guiará desde la concepción hasta el lanzamiento de productos digitales exitosos. Aprenderás mediante la metodología "*learning by doing*", aplicando conocimientos directamente en proyectos reales. Desde la ideación hasta la adaptación a la rápida evolución tecnológica, estarás listo para superar los desafíos del mercado digital actual.

¡Únete a nosotros y convierte tus ideas en realidades digitales exitosas!

OBJETIVOS

El Diplomado en Desarrollo de Productos Digitales se ha diseñado para personas que tienen la motivación o el desafío de **crear negocios en el entorno digital**.

Nuestro enfoque es capacitar a profesionales con el propósito de adquirir o actualizar habilidades y herramientas teórico-prácticas esenciales para idear, desarrollar, planificar, implementar y optimizar productos digitales, ya sea dentro de sus organizaciones o como emprendedores.

DIRIGIDO A

Personas que deseen emprender, emprendedores actuales o técnicos y profesionales de cualquier industria que deseen adquirir conocimientos y herramientas para el desarrollo de productos o servicios digitales.



¿POR QUÉ ELEGIR ESTE PROGRAMA?

- Tiene un alto enfoque práctico (*learning by doing*)
- Contiene metodologías vanguardistas que centran el desarrollo de productos y servicios en la necesidad y deseos de las personas
- Reúne todas las herramientas necesarias, permitiéndote ser capaz de lanzar un producto o servicio que se diferencie de las propuestas de valor actuales
- Las asignaturas descritas en el diplomado contienen todas las etapas fundamentales para el lanzamiento de productos o servicios digitales, desde el diagnóstico del escenario actual hasta la definición del canal de distribución, precio y estrategia de marketing.
- Académicos de excelencia.

HORAS TOTALES

150 horas

MODALIDAD

HyFlex.





PLAN DE ESTUDIO

ASIGNATURA I

Estrategia de negocio en el mundo digital

- Análisis de Industria
- Creación y Captura de valor, a través del análisis de estrategias para diferenciarse en el mercado y ofrecer propuestas de valor únicas.
- Ventaja Competitiva: comprender la capacidad de una empresa para superar a sus competidores en términos de eficiencia, calidad, innovación u otros factores.
- Análisis de casos de éxito, utilizando ejemplos reales de empresas que han enfrentado desafíos y han implementado estrategias exitosas para lograr sus objetivos.

ASIGNATURA II

Design Thinking para el diseño de productos digitales

- Introducción al design thinking: definición, fases, principios y herramientas.
- Comprender las necesidades y deseos de los usuarios.
- Definir: el problema en función de las necesidades de los usuarios.
- Generación de soluciones innovadoras.
- Construir prototipos de las soluciones para probarlas.
- Testear obteniendo el feedback de los usuarios para mejorar las soluciones.

ASIGNATURA III

Marketing Digital para el desarrollo de productos

- Pricing: estrategias de precios en línea, incluyendo la comprensión de conceptos fundamentales de fijación de precios.
- Estimación de demanda: métodos cuantitativos básicos de pronóstico.
- Desarrollo de productos, abordando el concepto de MVP (Producto Mínimo Viable), qué es, cuáles son los beneficios de aplicar esta metodología en el desarrollo de productos y su metodología
- Branding: Conocer conceptos fundamentales hasta su aplicación en línea.

ASIGNATURA IV

Inbound Marketing & Metrics

- Funnel y flywheel.
- Estrategia de contenido a largo plazo y content marketing.
- Fundamentos de SEO: rúbricas, assets y optimización.
- Estrategia de email marketing: nutrición y led scoring.
- Grilla para redes sociales.
- Planning de Contenidos.
- Métricas - Análisis de Performance.
- Inteligencia Artificial (IA) aplicada a Inbound Marketing

ASIGNATURA V

Plataformas digitales

- Evaluación de los canales disponibles
- Segmentación de la audiencia
- Aprender a determinar cuáles son los canales de distribución más apropiados para sus productos o servicios.
- Integración de canales: implica la combinación de varios canales de distribución para crear una experiencia de usuario cohesiva.
- Medición de la efectividad y optimización continua. Cómo establecer KPIs (Key Performance Indicators) relevantes para cada canal y cómo utilizar herramientas de analítica web para evaluar el rendimiento).
- Se discutirán las consideraciones éticas y legales relacionadas con la elección y el uso de canales de distribución digital



DOCENTES



Francisco Ulloa Picasso

Ingeniero Comercial, Universidad de los Andes.

Profesor Asociado de la Facultad de ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de los Andes.

Master of International Business, Macquarie University (Australia). Master in Public Administration, Harvard Kennedy School (Estados Unidos).

Director de empresas como Sothebys, Easytask y fundador de Challengers.



David Kimber

Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile, MBA y Master in Science PUC, Ph.D. in Communication and Media Studies de la Universidad de Navarra, Profesor Investigador y Director de Postgrados y Educación Continua de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de los Andes.



Teresa Razmilic

Ingeniero Comercial de la Universidad de los Andes, Master en Innovación y Emprendimiento de la Universitat de Barcelona, Certificate in Innovation and Critical Thinking de Duke University



Cristián Vicuña

Ingeniero Comercial de la Universidad de los Andes, MBA, Kellogg School of Management, Northwestern University y Master of International Business, Macquarie University. Se desempeña actualmente como Gerente de Planificación, Desarrollo Corporativo e Investor Relations de Banco Santander Chile.



Pedro Pablo Mir

Ingeniero Civil Industrial de la Pontificia Universidad Católica de Chile, MBA, Massachusetts Institute of Technology (MIT). Actualmente Co-Fundador de Legria, startup chilena fundada en 2022. En el pasado se desempeñó en roles de estrategia y desarrollo corporativo en Cencosud, ICONSTRUYE y TOCTOC.



David Galaz

Ingeniero Comercial, Universidad de los Andes. MBA-UC, certificación en Inbound Marketing por HubSpot y Growth Marketing por CoderHouse. Más de 10 años de experiencia implementando campañas de marketing digital en industrias como salud, transporte y servicios financieros.

REQUISITOS DE POSTULACIÓN

Documentos:

- Curriculum vitae.
- Cédula de identidad (por ambos lados) o pasaporte en caso de ser extranjeros**.

Este programa es abierto para toda aquella persona que esté interesada en el programa.

**En caso de no contar con el número mínimo de alumnos para impartir el programa, establecido en cada caso por la unidad académica que lo imparte, la Universidad se reserva el derecho a no dictarlo, lo que el Alumno declara entender y aceptar.*

CONTÁCTANOS



FLAVIA FUENTEALBA



+56 2 2618 1987



[+56 9 5816 4226](tel:+56958164226)



ffuentealba@uandes.cl



Postgradosuandes.cl



[@Postgradoscomercial
UANDES](https://www.instagram.com/PostgradoscomercialUANDES)



[Facultad Ciencias
Económicas y
Empresariales UANDES](#)