

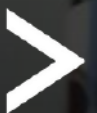
> IR POR MÁS



Universidad de  
**los Andes**

POSTGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA

# Diplomado en Estrategia de Comunicación Digital



# DIPLOMADO EN ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL

---

El Diplomado en Estrategia de Comunicación Digital ofrece un programa que sienta sólidas bases teóricas, basadas en la aplicación práctica a casos reales, junto con el desarrollo de competencias y habilidades concretas enfocadas en el conocimiento, uso y aplicación práctica de herramientas para la implementación de la estrategia de marketing digital de una empresa.

Los tópicos que aborda el Diplomado en Estrategia de Comunicación Digital son Digital Branding, Estrategia Creativa y Copywriting, Inbound Marketing, Growth Marketing y Paid Media.

Los alumnos deberán aplicar en todos los cursos un caso real o ficticio, por lo que se trata de un programa con un alto componente práctico.

¿Por qué elegir este programa?

- Este Diplomado tiene un alto componente práctico.
- Se cubren todos los tópicos de una estrategia de marketing.
- Modalidad: En vivo – online
- Académicos de excelencia.
- Programa compatible con vida familiar y laboral.
- Serás capaz de implementar una estrategia integral de marketing digital considerando elementos básicos como una estrategia de marca hasta metodologías que permiten optimizar el presupuesto invertido en medios digitales.


## INFORMACIÓN GENERAL SOBRE EL DIPLOMADO EN ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL

 Inicio: 29 de julio 2025

 Modalidad: Online - en vivo

 Duración: 5 meses

 Matrícula: 7 UF | Arancel: 70 UF

 [Descarga aquí el calendario de clases y horario del programa](#)

# DIRIGIDO A

---

Este Diplomado está dirigido profesionales de distintas áreas como Ingenieros Comerciales, Publicistas, Periodistas, Diseñadores Gráficos o cualquier otro profesional que requiera obtener este tipo de conocimientos.

## PERFIL DE EGRESO

---

El alumno del Diplomado en Estrategia de Comunicación Digital, al finalizar el programa, será capaz de implementar una estrategia integral de marketing digital considerando elementos básicos como una estrategia de marca hasta metodologías que permiten optimizar el presupuesto invertido en medios digitales.

## REQUISITOS DE POSTULACIÓN

---

- Currículum Vitae.
- Cédula de Identidad (por ambos lados) o Pasaporte en caso de ser extranjero.

\*En caso de no contar con el número mínimo de alumnos para impartir el programa, la Universidad se reserva el derecho a no dictarlo. En este caso se le devolverá al Alumno la totalidad del pago que haya efectuado por concepto de matrícula y/o arancel.

# PLAN DE ESTUDIO

---

## ASIGNATURA I DIGITAL BRANDING:

- Personalidad de marca, modelos y definición.
- Dimensiones de personalidad de Aaker.
- Tono de voz y su relación con la personalidad de marca.
- Herramientas para definirlo y manual de uso (Brandbook).
- Lenguaje, matices y uso de emojis en los textos persuasivos.
- Diseño para una marca: Isotipo, logotipo, tipografías y fuentes.
- Paletas de colores y sus significados.
- La importancia del cliente a la hora de crear una marca.

## ASIGNATURA III INBOUND MARKETING:

- 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.
- Indicadores – Análisis de Performance.

## ASIGNATURA II ESTRATEGIA CREATIVA Y COPYWRITING:

- ¿Para quién es la campaña? El “Cliente ideal”.
- El Storytelling, Storydoing y su relación con el Copywriting.
- Elementos principales del Storytelling y Storydoing.
- Herramientas y buenas prácticas para la construcción y revisión de, para la construcción y revisión de textos.
- Características y lenguaje de redes: Instagram, Twitter,
- Facebook, LinkedIn y TikTok.
- Propuesta de valor, power words y CTA.
- Estructura de pieza de email.
- Copywriting para Web: Landing, blog y productos.
- Apps de mensajería y Chatbots.

## ASIGNATURA IV ESTRATEGIA CREATIVA Y COPYWRITING:

- Growth Marketing, Funnel y diferencias con Funnel de Inbound Marketing.
- Product market fit.
- Definición de cada etapa de Growth Marketing Funnel,
- mediciones y objetivos por etapa.
- Definición del Customer Journey y puntos de contacto
- con el consumidor.
- Skillshop (Google).



# CUERPO ACADÉMICO

---



DAVID GALAZ

## Director del Diplomado en Estrategia de Comunicación Digital

Ingeniero Comercial de la Universidad de los Andes | MBA – UC | Certificación en Inbound Marketing por HubSpot y Growth Marketing por CoderHouse.

---



JAVIERA MARTÍNEZ

## Publicista

Más de 10 años de experiencia laboral en agencias de publicidad creativas creando campañas digitales de branding y performance. Actualmente es Directora Creativa en Mega Media.

---



JUAN JOSÉ BELLO

## Fundador de Porter

Porter, startup de marketing analytics con +1000 agencias y equipos B2B y de e-commerce en 60 países. Especialista en automatización con no-code, analítica, content marketing y SEO.

---



JUAN APARICIO

## Diseñador Gráfico

Desarrollador full stack enfocado en marketing con más de 7 años de experiencia de creación de sitios web. Experto en plataformas de Google como Google Tag Manager, Looker Studio y Analytics.

---



LAURA VÉLEZ

## Comunicadora Social

Magíster en Escritura creativa. En sus más de 10 años de experiencia laboral se ha desempeñado como profesora de inglés, redactora y correctora de estilo y actualmente es profesora Inbound en HubSpot Academy.

---



Revisa aquí todos los programas



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.

### INFORMACIÓN DE CONTACTO: MAKARENA CORNEJO



Teléfono: [+562 2618 1987](tel:+56226181987)



WhatsApp: [+569 5816 4226](https://wa.me/56958164226)



Mail: [mecornejo@uandes.cl](mailto:mecornejo@uandes.cl)



Sitio web: [postgradosuandes.cl](http://postgradosuandes.cl)