

# INGENIERÍA EN MARKETING DIGITAL

## DESCRIPCIÓN DE LA CARRERA

La Ingeniería en Marketing Digital hoy en día se convierte en una herramienta para los negocios que se encuentran en constante cambio y cada vez más complejos. La digitalización de las empresas y el fácil acceso a datos hacen necesaria una función que ayude a las organizaciones a recolectar, organizar y analizar su información, estos desafíos han impactado de manera transversal a la disciplina del marketing, cuyo aporte es indispensable en el rendimiento de las campañas Digitales para la elaboración de reportes que ayudan en la toma de decisiones. De esta manera, un profesional de esta área colabora con equipos multidisciplinarios para optimizar la experiencia del usuario a través de múltiples canales y puntos de contacto.

## PERFIL DE EGRESO

La o el Ingeniero en Marketing Digital del Instituto Profesional de Chile, responde a desempeñarse en áreas comerciales y de marketing en general, como de marketing y comunicación digital en particular, tanto en organizaciones de índole público, privado o de emprendimiento digital propio, contribuyendo como consultor de estrategias digitales en forma creativa, oportuna e innovadora a las necesidades, dinámica y evolución digital en el mercado laboral, ejerciendo bajo protocolos, normativa y ética profesional, en sintonía con los objetivos de la empresa u organización.

La o el profesional, cuenta con conocimientos y habilidades para planificar, diseñar e implementar estrategias de marketing efectivas. Posee competencias para el levantamiento de perfiles de públicos, usuarios y/o mercados objetivos, para la focalización eficiente de proyectos y campañas de fidelización, incorporando herramientas, canales y tecnologías digitales disponibles, que permitan otorgar un valor agregado y diferenciador en el contexto digital con el objetivo de lograr posicionamiento de imagen y marca corporativa junto con el manejo de métricas e indicadores de gestión. Se caracteriza por poseer compromiso y permanente consciencia social con su entorno; por la capacidad de establecer relaciones de cooperación mutua con equipos multidisciplinarios, adaptándose con responsabilidad a las exigencias que implica el desempeño laboral y profesional, confiando en sus habilidades para participar activamente en la creación de propuestas innovadoras, demostrando vocación de servicio y un alto compromiso ético profesional en sus labores.

## CAMPO LABORAL

La Ingeniería en Marketing Digital considera organizaciones de distintos rubros y tamaños, que tengan áreas comerciales y/o de Marketing en cargos como project manager, ejecutivo de cuentas digitales, especialista de Marketing Digital o analista de Marketing. Este profesional posee las competencias que le permiten interactuar con equipos multidisciplinarios en diversas industrias de diferentes tamaños, startups, agencias o de forma independiente. Además, podrá generar sus propios espacios de trabajo para la gestión de microempresas o asesorías profesionales en su área de especialidad.

**TÍTULO:** Ingeniero en Marketing Digital

ESQUEMA DE ASIGNATURAS **4 AÑOS**



El esquema de asignaturas es referencial y puede sufrir modificaciones. Las condiciones de ejecución de las distintas actividades prácticas y de titulación se encuentran descritas en el respectivo reglamento.

	BIMESTRE 1	BIMESTRE 2	BIMESTRE 3	BIMESTRE 4	
<b>AÑO 1</b>	Taller de Nivelación de Matemáticas	Taller de Marketing	Razonamiento Matemático y Estadístico	Bases Teóricas para la Diversidad y la Inclusión	
	Taller de Habilidades Comunicacionales	Taller de Procesos Administrativos	Taller de Story Telling	Economía	
	Taller de Presentaciones Efectivas	Tecnología y Sistemas de Información I	Tecnología y Sistemas de Información II	Contabilidad de Empresa	
Taller de Marketing Digital y Diseño Universal					
<b>AÑO 2</b>	Investigación de Mercado y Experiencia Usuario	Pensamiento Innovador	Inglés II	Taller de Juego de Negocios	
	Ética y Responsabilidad Social Digital	E-Commerce y Ventas en Línea	CM-SEO-SEM y Redes Sociales	Taller de Marketing Relacional	
	Administración de Personas	Tecnología y Sistemas de Información III Herramientas BI	Taller de Competencias para la Empleabilidad	Finanzas para la Gestión	
Inglés I					
<b>AÑO 3</b>	Psicología del Consumidor y Conducta de Compra	Negociación y Resolución de Conflictos Digitales	Planificación y Analítica WEB	Sustentabilidad Organizacional e Innovación	
	Inbound y Outbound Marketing	Presupuesto de Campaña Digital	Medición y Calificación de Audiencias	Taller de Finanzas	
	Taller de Desing Thinking	Matemáticas Aplicadas	Taller de Medición de KPI	Entorno Económico	
	Planificación Estratégica Digital		Gestión Comercial		
	Salida Intermedia: Técnico en Marketing Digital requiere Práctica Profesional.				
<b>AÑO 4</b>	Branding Corporativo	Taller de Innovación y Desarrollo de STARTUPS	Taller de Propiedad Intelectual	Taller de Habilidades Directivas	
	Tendencias del Marketing	Entorno Global y Desafíos en Negocios Digitales	Taller Integrado Profesional		
	Taller de Marketing Internacional	Práctica Profesional			
	Evaluación de Proyecto Digital				

## CERTIFICACIONES

- Certificación en Power BI - Inicial
- Certificación en Desarrollo Producto
- Certificación en Posicionamiento Orgánico
- Certificación en Flujos de Usabilidad
- Certificación en Estrategia y Análisis Digital
- Certificación en Evaluación en Comportamiento de Usuario
- Certificación en Evaluación Orgánica de Proyectos Digitales
- Certificación en Evaluación de Resultados

## ASIGNATURAS

- Asignatura de Nivelación en Competencias Básicas Transversales
- Asignatura de Nivelación en Competencias Básicas Específicas
- Asignaturas de Competencias de Empleabilidad
- Asignatura de Integración
- Asignatura Disciplinar