

# Maestría Profesional

En Administración de  
Empresas y Mercadeo  
Digital

100%  
VIRTUAL



**UC**  
UNIVERSIDAD  
CENTRAL



# Perfil de ingreso

La Maestría en Administración de Empresas y Mercadeo Digital está dirigida a profesionales que deseen una formación avanzada en el ámbito del mercadeo digital y provengan de las áreas de las Ciencias Económicas y la Publicidad.

Debe ser un alumno que muestre interés en procesos innovadores en la comercialización, creatividad, diseño de productos, distribución y comunicación, conscientes de la importancia del entorno actual en un contexto empresarial. está dirigida a profesionales que deseen una formación avanzada en el ámbito y provengan del área de las Ciencias Económicas o perfiles a fines previo análisis por parte de la Universidad.



# Perfil de Egreso



## Desempeñarse en el ámbito del mercadeo digital

Aportando conocimientos específicos que le posibilitan especialmente a ejercer puestos de dirección y gestión en diversas funciones, o en las áreas de comunicación y comercialización actualizadas con sus mercados, a través de los nuevos medios y soportes en redes sociales.



## Analizar y aplicar

Analizar el diseño y aplicación de estrategias de mercadeo digital de acuerdo con las características del entorno comercial.



## Utilizar programas informáticos y tecnológicos

En general que apoyen el diseño y ejecución de acciones relacionadas con el mercadeo digital, promoviendo la automatización de procesos, eficiencia y efectividad de estas según los objetivos, necesidades y demandas de empresas u organizaciones.



## Liderazgo

Realizar acciones vinculadas con el liderazgo, gestión y asesoría técnica en el ámbito del planeamiento y el establecimiento de estrategias de mercadeo digital.



## Conocimiento legal

Conocer los aspectos e implicaciones reglamentarias, normativas y legales en torno del desarrollo de procesos de mercadeo digital en general, así como del uso de herramientas tecnológicas disponibles para este fin.



## Planificación

Evaluar las posibles rutas de la planificación de estrategias comerciales en redes sociales y plataformas masivas, así como los criterios técnico-metodológicos para la producción de medios digitales en estos contextos

# Plan de Estudio

## I Cuatrimestre

- Mercadeo digital en el contexto global moderno
- Administración aplicada a entornos digitales
- Teoría y tendencias del mercadeo digital
- Comunicación en medios digitales

## II Cuatrimestre

- Fundamentos de sitios en la red, diarios en línea y conferencias en línea.
- Generación de contenidos digitales
- Posicionamiento en buscadores y Mercadotecnia en motores de búsqueda
- Plan de mercadeo digital para redes sociales

## III Cuatrimestre

- Estrategias de mercadeo en el mundo digital
- Economía digital y modelos de negocios en línea
- Segmentación y gestión de las relaciones sociales con el cliente
- Mediación del mercadeo digital en redes sociales

## IV Cuatrimestre

- Legislación en medios digitales
- Comercio Electrónico (E-commerce)
- Analíticas y métricas del mercadeo digital
- Proyecto final para la gestión de redes y medios sociales