

PROGRAMA

Curso Estrategia Digital para Nuevos Negocios

Formación Continua · PUCV

VICERRECTORÍA
DE VINCULACIÓN
CON EL MEDIO



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE
VALPARAÍSO

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE VALPARAÍSO
UNIVERSIDAD ACREDITADA
NIVEL DE EXCELENCIA
COMISIÓN NACIONAL
DE ACREDITACIÓN
CNA-Chile
7 AÑOS
GESTIÓN INSTITUCIONAL
DOCENCIA DE POSTGRADO
INVESTIGACIÓN
VINCULACIÓN CON EL MEDIO
HASTA ENERO 2021



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE
VALPARAÍSO

PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE
VALPARAÍSO

FORMACIÓN CONTINUA PUCV



www.formacioncontinuapucv.cl

Antecedentes Generales

Fecha de inicio

**10 de Agosto
2026**

Fecha de cierre

**09 de Septiembre
2026**

Horas Totales

30 Horas

> Modalidad Online con clases en vivo

Horario

Martes y jueves de 19:00 a 21:00 Hrs.

Descripción del Programa

El curso “Estrategia Digital para Nuevos Negocios” se propone como una instancia formativa orientada al desarrollo de competencias estratégicas y prácticas para comprender, planificar e implementar acciones de marketing y comunicación digital en entornos contemporáneos. El programa aborda los principales fundamentos del ecosistema digital, integrando herramientas de análisis, planificación estratégica, experiencia de usuario, redes sociales, contenidos y métricas, con foco en las necesidades reales de emprendimientos y nuevos negocios.

A través de una metodología aplicada, las y los participantes podrán comprender cómo se conectan los distintos canales digitales, cómo definir estrategias de comunicación efectivas y cómo tomar decisiones basadas en datos para fortalecer el posicionamiento y crecimiento de sus iniciativas. El curso contempla una mirada actualizada del marketing digital, considerando tendencias, comportamiento de usuarios y construcción de propuestas de valor sostenibles en el tiempo.

Objetivo del Programa

Desarrollar competencias para diseñar e implementar estrategias de marketing y comunicación digital orientadas a nuevos negocios, integrando herramientas de análisis estratégico, gestión de contenidos, redes sociales, experiencia de usuario y métricas digitales para fortalecer la presencia y posicionamiento de marcas en entornos digitales.

A Quién va Dirigido

El curso está dirigido a emprendedores, profesionales, trabajadores independientes, pequeños empresarios, encargados de comunicación, estudiantes y público general interesado en adquirir herramientas de marketing y comunicación digital aplicadas a nuevos negocios y proyectos emergentes. No se requieren conocimientos previos especializados, aunque se valorará experiencia básica en el uso de plataformas digitales y redes sociales.

Competencias

- Analiza el ecosistema digital y sus principales canales para comprender su impacto en la comunicación y el desarrollo de nuevos negocios.
- Diseña estrategias de marketing digital alineadas con objetivos comerciales, públicos objetivos y propuestas de valor.
- Gestiona contenidos y redes sociales de manera estratégica para fortalecer la presencia digital de una marca o emprendimiento.
- Interpreta métricas y datos digitales para la toma de decisiones basadas en evidencia.
- Elabora planes de marketing y comunicación digital aplicados a contextos reales de negocio.

Resultados de Aprendizaje

- Identifica los componentes principales del ecosistema digital y su relación con las estrategias de comunicación y marketing.
- Define objetivos y propuestas de valor coherentes con las necesidades del mercado y el perfil de clientes.
- Analiza el comportamiento de usuarios y clientes para diseñar experiencias digitales más efectivas.
- Diseña estrategias de contenidos y gestión de redes sociales orientadas al posicionamiento digital.
- Utiliza métricas e indicadores digitales para evaluar resultados y optimizar estrategias de marketing.
- Desarrolla un plan de marketing y comunicación digital aplicable a un nuevo negocio o emprendimiento.

Contenidos

CLASE 1: El ecosistema digital.

- Qué es un ecosistema digital y sus funciones.
- Cómo cambió el comportamiento del consumidor
- Canales propios vs. prestados

CLASE 2: Planificación y objetivos.

- Análisis de mercado.
- Propuesta de valor.
- Definición de objetivos estratégicos.

CLASE 3: Conociendo al cliente.

- Perfil y segmentación de clientes.
- Jobs to be done: qué problema real resuelve tu producto/servicio
- Introducción al customer journey.

CLASE 4: Ciclo de vida del producto.

- Etapas del ciclo de vida.
- Estrategias de marketing según etapa.
- Cómo identificar en qué momento está tu producto.

CLASE 5: Estrategia de canales.

- Tipos de estrategias y campañas digitales
- Coherencia entre audiencia, negocio y plataforma.
- Integración de canales de comunicación.

CLASE 6: Principios de experiencia de usuario.

- Fundamentos de experiencia de usuario (UX).
- Navegación y comportamiento digital.
- Impacto de la experiencia en resultados de negocio.

CLASE 7: Estrategia de contenidos.

- Qué es el marketing de contenidos y para qué sirve.
- Planificación de contenidos digitales.
- Contenidos con propósito estratégico.
- Organización y calendarización.

CLASE 8: Redes sociales.

- Gestión estratégica de redes sociales.
- Construcción de comunidad digital.
- Presencia de marca y sostenibilidad digital.

CLASE 9: Métricas y analítica.

- Indicadores clave de desempeño.
- Interpretación de datos.
- Toma de decisiones basada en evidencia.

CLASE 10: Plan de marketing y comunicación.

- Integración de estrategias.
- Diseño de un plan aplicado.
- Tendencias y proyección del marketing digital.

Metodología

El curso se desarrollará mediante una metodología teórico-práctica orientada al aprendizaje aplicado y contextualizado. Las sesiones combinarán exposición de contenidos, análisis de casos, ejercicios prácticos, revisión de herramientas digitales y actividades de discusión orientadas al diseño de estrategias reales de marketing y comunicación digital.

Asimismo, se promoverá el aprendizaje activo a través de talleres, trabajo colaborativo y desarrollo progresivo de un proyecto aplicado, permitiendo que las y los participantes integren los contenidos abordados en un plan de marketing y comunicación digital pertinente a sus propios contextos o iniciativas de negocio.

Plan de Evaluación

Para aprobar el curso, las y los participantes deberán cumplir con las siguientes exigencias:

- Asistencia mínima de 75% en las actividades sincrónicas del programa.
- Desarrollo de actividades prácticas aplicadas durante el curso.
- La escala de evaluación será de 1,0 a 7,0, siendo 4,0 la nota mínima de aprobación.

Equipo Docente

**DANIELA
RIVAS
VILLABLANCA**



Periodista y especialista en estrategia de negocios digitales, marketing y gestión de productos digitales, con amplia experiencia liderando equipos multidisciplinarios y proyectos de transformación digital en empresas del sector financiero. Ha desempeñado cargos de alta responsabilidad como Senior Manager, Product Owner, Consultora de Negocios Digitales y Directora de Marketing Digital, liderando iniciativas vinculadas a experiencia de usuario (UX), analítica digital, metodologías ágiles y desarrollo de productos y estrategias comerciales.

Es MBA de la Universidad Adolfo Ibáñez y Máster en Marketing Directo y Digital por la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona. Además, cuenta con experiencia docente en instituciones de educación superior como Universidad del Desarrollo, Universidad de Chile y Duoc UC, contribuyendo a la formación de profesionales en áreas de marketing, negocios digitales y comunicación estratégica. Su perfil destaca por integrar visión estratégica, liderazgo organizacional y enfoque práctico orientado a resultados en entornos digitales.



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE
VALPARAÍSO

FORMACIÓN CONTINUA PUCV 

www.formacioncontinuapucv.cl