



finis
Universidad Finis Terrae
Postgrados

FACULTAD DE HUMANIDADES
Y COMUNICACIONES

Diplomado en Planificación Estratégica y Gestión de Medios

Modalidad: Sincrónico Online





Fashion

Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur

vel illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatur? At vero eos et accusamus et iusto odio dignissimos ducimus qui blanditiis praesentium voluptatum deleniti atque corrupti quos dolores et quas molestias excepturi sint occaecati cupiditate non provident, similique sunt in culpa qui officia deserunt mollitia animi, id est laborum et dolorum fuga.



Nemo enim quisquam ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit



sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi. nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur? Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatur? At vero eos et accusamus et egesta odio dignissimos ducimus qui blanditiis

Entertainment

Nam libero tempore, cum soluta nobis est eligendi optio cumque nihil inperis sed blandis id quod maxime placeret facere possimus

Et necum quibus in reum facis est et expedita delineto. Nam libero tempore, cum soluta nobis est eligendi optio cumque nihil inperis sed blandis id quod maxime placeret facere possimus. Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatur? At vero eos et accusamus et egesta odio dignissimos ducimus qui blanditiis praesentium voluptatum deleniti atque corrupti quos dolores et quas molestias excepturi sint occaecati cupiditate non provident, similique sunt in culpa qui officia deserunt mollitia animi, id est laborum et dolorum fuga.



El necum quibus in reum facis est et expedita delineto. Nam libero tempore, cum soluta nobis est eligendi optio cumque nihil inperis sed blandis id quod maxime placeret facere possimus. Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatur? At vero eos et accusamus et egesta odio dignissimos ducimus qui blanditiis praesentium voluptatum deleniti atque corrupti quos dolores et quas molestias excepturi sint occaecati cupiditate non provident, similique sunt in culpa qui officia deserunt mollitia animi, id est laborum et dolorum fuga.



Et necum quibus in reum facis est et expedita delineto. Nam libero tempore, cum soluta nobis est eligendi optio cumque nihil inperis sed blandis id quod maxime placeret facere possimus. Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatur? At vero eos et accusamus et egesta odio dignissimos ducimus qui blanditiis praesentium voluptatum deleniti atque corrupti quos dolores et quas molestias excepturi sint occaecati cupiditate non provident, similique sunt in culpa qui officia deserunt mollitia animi, id est laborum et dolorum fuga.



Integrar para impactar

Introducción

Post pandemia, el mundo cambió y la normalidad de hoy es nueva respecto a 2019. Como comenta Marcela Robledo, Secretaria de la AAM*, en este escenario, con consumidores más complejos, es fundamental entenderlos, saber cuándo, cómo y con qué mensaje activarlos. No saturarlos y al mismo tiempo no perderlos en su viaje de compra.

Es importante analizar las audiencias, tendencias, gatilladores de la decisión de compra y, según esto, aprovechar las ventajas de cada medio de comunicación en función del público objetivo de un producto o servicio.

Conceptos como **investigación de mercado, CRM, Google Analytics, SEM, e-mail marketing, auspicios, alcance, frecuencia, cobertura, impresiones, clicks, content marketing**, entre otros, nos han envuelto. En definitiva, el éxito comercial de una marca radica en comprender los conceptos fundamentales, y tener la capacidad de planificar y ejecutar campañas de forma estratégica, efectiva, innovadora y orientada a resultados.

* Asociación de Agencias de Medios



Objetivo

Profundizar el conocimiento acerca de la planificación estratégica de la publicidad en los medios de comunicación y la negociación de espacios, enfatizando la importancia de la audiencia, para lograr el éxito de la marca.

Dirigido a

Personas que ya cuentan con experiencia en publicidad, o roles comerciales, que necesiten afianzarse profesionalmente en sus cargos; emprendedores y trabajadores independientes que buscan profundizar sus conocimientos; personas en general, que pretendan hacer crecer una marca, gracias a la integración de los distintos medios publicitarios disponibles (no sólo digitales), de forma eficiente.

Metodología

El diplomado se enfoca en poner en práctica los cursos que lo componen, a través de una campaña para un cliente real como trabajo final.

Módulos

Módulos	Horas
Planificación Estratégica Publicitaria	15 horas
Audiencias y comportamiento del consumidor	15 horas
Medios de comunicación y formatos publicitarios	20 horas
Analítica Digital	25 horas
Gestión Comercial y negociación con Medios de Comunicación	20 horas
Taller de planificación y Gestión Comercial	25 horas

Evaluación

Planificación Estratégica Publicitaria:

Presentación. Plan estratégico para una campaña publicitaria multimedios.

Audiencias y comportamiento del consumidor:

Presentación. Cuantificación y cualificación de un target definido, en el contexto de una campaña publicitaria.

Medios de comunicación y formatos publicitarios:

Presentación. Selección coherente de medios publicitarios, en el contexto de una campaña publicitaria con un target definido (variables acotadas).

Analítica Digital:

Presentación. Selección de medios digitales y redes sociales, en el contexto de una campaña publicitaria (variables acotadas).

Gestión Comercial y Negociación con Medios de Comunicación:

Presentación. Planificación de medios para una campaña publicitaria, con la variable acotada del presupuesto: evidenciar la eficiencia.

Taller de planificación y Gestión Comercial:

Presentación. Integración de todos los temas abordados en el contexto de una campaña publicitaria para un cliente real.



Horario

Martes y jueves
de 18:30 a 21:00 hrs.

Duración

120 horas, 6 meses

Requisitos de postulación

- » Ficha Solicitud admisión
- » Curriculum Vitae
- » Fotocopia cédula de identidad (por ambos lados)
- » Profesional titulado, cursando carrera en último año, o emprendedores que se desempeñen en roles comerciales.

Requisitos para aprobar

Aprobar cada una de las asignaturas especificadas en el plan de estudio, con un mínimo de 75% de asistencia y una nota igual o mayor a 4,0.

Cuerpo académico

» Luis Arias

Publicista con mención en Gestión de Negocios de la USACH. Diplomado en Marketing Digital & e-Business de la Universidad de Chile. Cuenta con más de 14 años de experiencia en las principales agencias de medios a nivel internacional: Havas y Grupo OMG. Director de Operaciones en PHD Media, Grupo OMG.

» Victoria López

Publicista de la USACH y Máster en Comunicación Digital y Dirección de Proyectos de la Université Paris. Ha sido ganadora de 3 premios Effie a lo largo de sus más de 15 años de experiencia laboral en el mercado privado y estatal. Head of Digital en L'Oréal Chile.

» Marcela Villarroel

Psicóloga de la UNIACC, Diplomada en Publicidad y Marketing de la PUC, con especialización en Marketing Emocional. Se ha desempeñado por más de 20 años como líder en agencias de medios con clientes como CCU, Bayer, Sony entre otros. Docente de Estrategia y Pauta de Medios.

» M. Cristina Gutiérrez

Publicista con mención en Gestión de Negocios de la USACH. MBA de la Universidad de Chile. Se desempeña hace más de 20 años en el mercado de las tele comunicaciones y agencias de medios. Subgerente en PHD, Omnicom Media Group.

» Josefina Núñez

Publicista con mención en Gestión de Negocios de la USACH. Magíster en Comunicación Estratégica Digital de la Universidad Finis Terrae. Cuenta con más de 12 años en el mercado, tanto en agencias de medios como liderando equipos en medios de comunicación. Académica de la Universidad Finis Terrae.

» Victoria Tibis

Publicista con mención en Marketing de la Universidad del Pacífico. Cuenta con más de 20 años de experiencia, trabajando con grandes marcas en agencias creativas y liderando equipos comerciales en medios de comunicación como Mega y El Mercurio: TV Abierta y de Pago, Digitales y Radio. Socia y Directora Comercial en Jump Media.

IMPORTANTE

Los Programas se dictarán con un mínimo de matriculados.

La Universidad se reserva el derecho de introducir modificaciones en los Planes de Estudios antes o durante la ejecución de los mismos.

Puede haber alteraciones de horarios, fechas y profesores, por fuerza mayor.

Conoce más en
postgrados.uft.cl



finis
Universidad Finis Terrae
Postgrados

Avda. Pedro de Valdivia 1509, Casa Pocuro, Providencia.

admissionpostgrado@uft.cl

[postgradosfinisterrae](https://www.instagram.com/postgradosfinisterrae)

[postgradosufinisterrae](https://www.facebook.com/postgradosufinisterrae)

[+56 2 2420 7600](tel:+56224207600)