



UNIVERSIDAD TÉCNICA
FEDERICO SANTA MARÍA

DIPLOMADO EN MARKETING ANALYTICS

EDUCACIÓN CONTINUA
USM 2027

Programa organizado por el Departamento de Ingeniería Comercial, Casa Central y la Dirección General de Educación Continua Universidad Técnica Federico Santa María.



PRESENTACIÓN

DIPLOMADO EN MARKETING ANALYTICS



INTRODUCCIÓN

La analítica de datos se ha consolidado como un pilar estratégico para la gestión del marketing y las ventas en organizaciones que buscan competir en entornos cada vez más dinámicos y digitalizados. La capacidad de transformar grandes volúmenes de datos en información útil permite comprender mejor a los clientes, anticipar comportamientos del mercado y optimizar la toma de decisiones comerciales.

En este contexto, el Diplomado en Marketing Analytics de la Universidad Técnica Federico Santa María responde a la creciente necesidad de profesionales capaces de integrar la visión estratégica del marketing con el uso de herramientas avanzadas de analítica, inteligencia artificial y big data, aportando valor real a las organizaciones.

DESCRIPCIÓN DEL DIPLOMADO

El Diplomado en Marketing Analytics entrega una formación especializada orientada a fortalecer la toma de decisiones basada en datos en contextos de marketing, ventas y estrategia comercial. A lo largo de siete asignaturas, el programa aborda de manera progresiva los fundamentos del marketing, la inteligencia de negocios, el análisis de datos con Python, los modelos analíticos aplicados, la visualización de datos y storytelling, así como el uso de inteligencia artificial y big data en la gestión comercial.

La propuesta formativa combina clases online sincrónicas, talleres prácticos, laboratorios de análisis, estudio de casos reales y desarrollo de un proyecto integrador, promoviendo un aprendizaje activo y aplicado. Los participantes utilizan herramientas ampliamente demandadas en el mercado, como Python, R, Power BI y tecnologías de inteligencia artificial, asegurando la transferencia directa de los aprendizajes al entorno laboral.

La modalidad 100% online, junto con horarios compatibles con la vida profesional, permite a los participantes adquirir competencias técnicas de alta demanda y desarrollar una visión estratégica sustentada en datos, con impacto directo en la gestión y los resultados de sus organizaciones.



UNIVERSIDAD TÉCNICA
FEDERICO SANTA MARÍA



SOBRE EL DIPLOMADO

MODALIDAD: ONLINE

INICIO

11 MAR 2027

TÉRMINO

28 NOV 2027

CANTIDAD DE HORAS



270 TOTALES / 10SCT

- 126hrs SINCRÓNICAS
- 99 hrs ASINCRÓNICAS
- 45 hrs AUTÓNOMAS

DÍAS DE CLASES
SINCRÓNICAS



JUEVES
19:00 A 21:00

VIERNES
17:00 A 21:30

SÁBADO
09:00 A 13:30

► DESCUENTOS

ARANCEL

\$1.800.000

FUNCIONARIOS USM	EX ALUMNO USM	GRUPO DE 3 O MÁS PERSONAS	INCLUSIÓN MUJER A PROGRAMAS STEM	MATRÍCULA ANTICIPADA
20%	30%	25%	25%	30%

■ ELEMENTOS DIFERENCIADORES DEL PROGRAMA

- Integración de marketing, analítica de datos, inteligencia artificial y big data en un solo programa.
- Uso aplicado de herramientas altamente demandadas como: Python, R, Power BI e IA.
- Metodología práctica basada en casos reales y proyectos aplicados.
- Proyecto integrador orientado a resolver problemáticas reales de marketing y ventas.
- Modalidad 100% online compatible con la actividad profesional.
- Cuerpo docente con experiencia académica y trayectoria en empresas líderes del mercado.

■ OBJETIVO DEL PROGRAMA

Fortalecer en profesionales del área comercial, marketing y estrategia las competencias necesarias para liderar procesos de toma de decisiones basadas en datos, mediante la aplicación de herramientas avanzadas de analítica, inteligencia artificial y big data, con una orientación estratégica hacia la generación de valor y la mejora del desempeño organizacional.



SOBRE EL DIPLOMADO



DIRIGIDO A

Profesionales de áreas como Ingeniería Comercial, Administración, Ventas, Ingeniería Industrial, Ingeniería en Informática u otras disciplinas afines, que cuenten con experiencia laboral en marketing, ventas o gestión comercial, y que busquen integrar herramientas de analítica de datos y tecnologías emergentes a la toma de decisiones estratégicas.

PERFIL EGRESO

Al finalizar el diplomado, las y los participantes serán capaces de aplicar herramientas de analítica de datos en contextos de marketing y ventas, utilizando metodologías estadísticas, programación en Python y visualización de datos para diseñar soluciones basadas en evidencia. Asimismo, podrán analizar información proveniente de múltiples fuentes, desarrollar modelos analíticos y predictivos, comunicar hallazgos mediante dashboards y storytelling, y colaborar en equipos multidisciplinarios, integrando criterios éticos y de gobernanza de datos en la gestión comercial.

CRITERIOS DE APROBACIÓN DEL PROGRAMA

Para aprobar el curso, el participante deberá:

- Calificación mínima de aprobación: 60 (escala de 0-100)
- Aprobación de todas las asignaturas del programa.



MÓDULOS

DIPLOMADO

1

FUNDAMENTOS DE MARKETING

1 SCT

Introduce los principios del marketing estratégico y el comportamiento del consumidor como base para la analítica aplicada a la toma de decisiones comerciales.

2

MARKETING BUSINESS INTELLIGENCE

1 SCT

Aborda el uso de herramientas de inteligencia de negocios para el análisis descriptivo de datos comerciales y el seguimiento de indicadores de desempeño.

3

MARKETING DATA ANALYTICS

2 SCT

Desarrolla competencias en análisis de datos de marketing mediante técnicas estadísticas y programación aplicada, orientadas a la comprensión de clientes y mercados.

4

MODELOS ANALÍTICOS EN MARKETING

2 SCT

Profundiza en la construcción y aplicación de modelos analíticos y predictivos para apoyar decisiones estratégicas de marketing y ventas.



MÓDULOS

DIPLOMADO

5

VISUALIZACIÓN DE DATOS Y STORYTELLING EN MARKETING

1 SCT

Entrega herramientas para comunicar resultados analíticos mediante dashboards, visualizaciones y narrativas orientadas a la toma de decisiones.

6

FUNDAMENTOS Y APLICACIONES DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y BIG DATA EN MARKETING

2 SCT

Introduce el uso de inteligencia artificial y big data en marketing, abordando aplicaciones prácticas y automatización del análisis de datos comerciales.

7

PROYECTO INTEGRADOR EN MARKETING ANALYTICS

1 SCT

Asignatura integradora donde se desarrolla un proyecto aplicado de analítica de marketing con datos reales y herramientas especializadas.



CUERPO

DOCENTE

ALVARO CHACÓN

DIRECTOR DEL PROGRAMA

Ph.D. en Ciencias de la Ingeniería por la Pontificia Universidad Católica de Chile y académico de la Universidad Técnica Federico Santa María. Su investigación se especializa en ciencias del comportamiento, toma de decisiones e interacción entre personas e inteligencia artificial, con especial énfasis en la adopción y uso de algoritmos. Cuenta con una amplia trayectoria académica y ejecutiva, combinando investigación y docencia en inteligencia artificial, marketing y business analytics con experiencia directiva en organizaciones y empresas. Actualmente es profesor del Departamento de Ingeniería Comercial de la USM, coordinador del área de Marketing y director del Diplomado en Marketing Analytics.

RODRIGO CALDERÓN

Ingeniero Civil Industrial por la Universidad Técnica Federico Santa María y MBA de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Consultor y docente especializado en Business Intelligence, analítica de datos y toma de decisiones basada en evidencia. Cuenta con una amplia trayectoria liderando proyectos de inteligencia comercial y analítica en organizaciones como Coca-Cola Andina, Movistar, Turbus y ACHS. Actualmente es director ejecutivo de diplomados en analítica de la UTFSM y consultor en estrategias de datos para organizaciones, integrando herramientas como Python y Power BI en proyectos de transformación y gestión basada en datos.

FRANCISCO ALFARO

Ingeniero Civil Matemático y Magíster en Ciencias, mención Matemática, por la Universidad Técnica Federico Santa María, donde actualmente se desempeña como Head of Advanced Analytics. Especialista en ciencia de datos, machine learning e inteligencia artificial, cuenta con una amplia experiencia en el desarrollo de modelos predictivos, optimización y soluciones de IA aplicadas a la toma de decisiones. Su trayectoria combina experiencia en empresas como Grupo Security, Walmart, Banco Itaú y Cencosud con docencia e investigación en estadística, econometría, ciencia de datos e inteligencia artificial. Actualmente lidera iniciativas de analítica avanzada e IA generativa en la USM, incluyendo modelos de riesgo académico, optimización de infraestructura y desarrollo de soluciones basadas en RAG y agentes de IA.



CUERPO

DOCENTE

JAVIER BRARD

Ingeniero Civil Industrial con mención en Electricidad y MBA por la Pontificia Universidad Católica de Chile, con más de 15 años de experiencia ejecutiva en tecnología, desarrollo comercial y liderazgo organizacional. Especialista en transformación digital, desarrollo de negocios tecnológicos, gestión de grandes cuentas y alianzas estratégicas, ha liderado equipos multidisciplinarios y proyectos asociados a servicios TI, Cloud, RPA e infraestructura tecnológica. Su trayectoria incluye posiciones gerenciales en SONDA y Entel, combinando responsabilidades comerciales y tecnológicas con foco en crecimiento, eficiencia y rentabilidad.

MAURICIO SALDIVIA

Ingeniero Civil Industrial y Magíster en Ciencias de la Ingeniería Industrial, con especialización en Gestión Financiera, por la Universidad Técnica Federico Santa María. Actualmente se desempeña como Jefe de Gobierno de Datos Institucional de la USM, con experiencia en gestión, gobierno, protección y visualización de datos para apoyar la toma de decisiones y el desarrollo de una cultura institucional basada en datos. Complementa su experiencia profesional con docencia en la USM en áreas de gobierno y protección de datos, Power BI y economía, participando además en programas de educación continua.



UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA

INFORMACIÓN DE CONTACTO

■ Coordinación Departamento de Ingeniería Comercial ■

✉ edejecutiva.icom@usm.cl

■ Equipo Coordinación Programas ■ Educación Continua USM

✉ admission.edcontinua@usm.cl

☎ +56 9 4456 8129 | +56 9 3241 2993

■ Coordinación Programas Corporativos ■

✉ educacion.continua@usm.cl

La Universidad Técnica Federico Santa María se reserva el derecho de modificar o suspender el programa según contingencias u otros motivos fundados, lo que será informado oportunamente a cada estudiante.