> IR POR MÁS

Universidad de los Andes

POSTGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA

Diplomado Comportamiento del Nuevo Consumidor

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES

2°

Universidad con mayor número de matriculados en Postgrados y EC

4°

Mejor Universidad a Nivel Nacional*

+400

Programas de Postgrados y Educación Continua

+50.000

Egresados de Postgrados y Educación Continua

*Ranking de Universidades de América Latina 2024 publicado por Times Higher Education

DIPLOMADO COMPORTAMIENTO DEL NUEVO CONSUMIDOR

Este diplomado entrega una formación innovadora y aplicada para comprender cómo han cambiado los hábitos de consumo y qué estrategias deben adoptar las organizaciones para generar valor en este nuevo escenario. A través de un enfoque interdisciplinario y práctico, los participantes desarrollarán habilidades para interpretar datos, generar insights y diseñar estrategias centradas en las personas.

El Diplomado en Comportamiento del Nuevo Consumidor de la Universidad de los Andes está dirigido a profesionales de marketing, investigación de mercado, experiencia de cliente, comunicación y estrategia, así como a emprendedores y líderes que buscan integrar el entendimiento profundo del consumidor en la toma de decisiones.

El programa nace en un contexto donde el consumidor ha adquirido un rol protagónico, exigiendo a las marcas nuevas formas de relacionarse, comunicar y ofrecer valor. Conectando herramientas como la inteligencia artificial, la antropología del consumo y el análisis de datos, este diplomado busca formar profesionales capaces de anticipar tendencias, diseñar propuestas relevantes y liderar procesos de innovación centrados en el cliente.

- Inicio: 6 de Octubre 2025
- Modalidad: Presencial u Online
- Duración: 6 meses
- Horas directas: 111
- Horas indirectas: 165
- Matrícula: 5 UF | Arancel: 50 UF

¿POR QUÉ ELEGIR ESTE DIPLOMADO?

El Diplomado en Comportamiento del Nuevo Consumidor nace como respuesta a los profundos cambios en los hábitos de consumo, impulsados por factores sociales, culturales y tecnológicos. En un escenario donde el consumidor es más informado, exigente y digital, las organizaciones necesitan comprenderlo a fondo para generar propuestas de valor realmente relevantes.

Este programa forma profesionales capaces de interpretar estos cambios desde una mirada interdisciplinaria, integrando conocimientos de datos, inteligencia artificial y metodologías aplicadas. A través de una formación práctica y estratégica, los participantes aprenderán a diseñar soluciones centradas en las personas, generando impacto en sus organizaciones desde el entendimiento profundo del consumidor.

Al finalizar este diplomado, el participante será capaz de:

- Investigar y analizar el comportamiento del consumidor desde enfoques antropológicos, psicológicos, sociales y comunicacionales, aplicando métodos cualitativos y cuantitativos para detectar patrones y tendencias relevantes.
- Diseñar estrategias de segmentación, branding y comunicación alineadas con los objetivos organizacionales y centradas en la experiencia del cliente como eje de valor.
- Aplicar herramientas de inteligencia artificial y visualización de datos para obtener insights accionables que potencien decisiones estratégicas en marketing y desarrollo de productos o servicios.
- Desarrollar proyectos prácticos, integrando los aprendizajes del diplomado para resolver desafíos reales mediante el análisis del consumidor y la formulación de soluciones innovadoras.
- Comprender el impacto del nuevo consumidor en la creación de valor organizacional, posicionándose como un agente de cambio en la transformación digital y cultural de empresas y marcas.
- Generar propuestas estratégicas basadas en datos y comportamientos emergentes, anticipando las necesidades del mercado y fortaleciendo la competitividad organizacional en entornos complejos.

VIVE UNA EXPERIENCIA INTERNACIONAL: PASANTÍA EN MIAMI AD SCHOOL

Como complemento opcional del diplomado, tendrás la posibilidad de participar en una pasantía internacional intensiva en la prestigiosa Miami Ad School, una de las escuelas más reconocidas del mundo en creatividad, marketing e innovación.

Durante 2 semanas, podrás:

- Aprender directamente de expertos globales, mediante clases magistrales y workshops.
- Trabajar en proyectos reales con estudiantes y profesionales internacionales.
- Profundizar en tendencias globales de consumo, creatividad, IA y diseño estratégico.
- Obtener una certificación internacional, que te posiciona como profesional de clase mundial.

Esta experiencia te entregará una visión global del consumidor y potenciará tu perfil profesional con una credencial de alto valor en el mercado laboral.

La pasantía tiene un costo adicional y es opcional. Cupos limitados.

PLAN DE ESTUDIOS

MÓDULO 1	MÓDULO 2	MÓDULO 3
Metodología de la Investigación de Mercados	Consumer Insight	Creación de Valor para el Cliente

MÓDULO 4	MÓDULO 5	MÓDULO 6
Marketing Metrics	Segmentación y Valor de Vida y Acción de Mercados	Marketing B2B Centrado en el Consumidor

MÓDULO 7	MÓDULO 8	MÓDULO 9
Shopper Marketing	El Pensamiento Creativo	IA Aplicada al Entendimiento del Consumidor

MÓDULO 10
Trabajo Final

DESCRIPCIÓN DE LOS CURSOS

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Aprenderás a diseñar y ejecutar investigaciones de mercados utilizando herramientas cualitativas, cuantitativas y de visualización de datos. Desarrollarás habilidades para transformar desafíos estratégicos en análisis accionables.

CONSUMER INSIGHT

Comprenderás en profundidad cómo piensan, sienten y actúan los consumidores, explorando dimensiones psicológicas, culturales y sociales. Aprenderás a extraer insights relevantes que orienten estrategias efectivas de comunicación y marketing.

CREACIÓN DE VALOR PARA EL CLIENTE

Analizarás cómo las organizaciones desarrollan propuestas de valor centradas en el cliente. Trabajarás herramientas para mejorar la experiencia del consumidor y fortalecer la relación marca–persona.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Aprenderás a diseñar y ejecutar investigaciones de mercados utilizando herramientas cualitativas, cuantitativas y de visualización de datos. Desarrollarás habilidades para transformar desafíos estratégicos en análisis accionables.

MARKETING METRICS

Dominarás herramientas de medición y análisis para evaluar el desempeño de estrategias de marketing. Explorarás el uso de big data, segmentación algorítmica y personalización en tiempo real, con foco en la toma de decisiones basada en datos.

SEGMENTACIÓN Y VALOR DE VIDA Y ACCIÓN DE MERCADOS

Aprenderás a identificar segmentos de alto valor, aplicar modelos predictivos y calcular el Customer Lifetime Value (CLV) para diseñar estrategias personalizadas que optimicen la rentabilidad.

MARKETING B2B CENTRADO EN EL CONSUMIDOR

Estudiarás cómo aplicar la lógica del consumidor final en contextos B2B. Conocerás modelos de compra empresarial, branding B2B y estrategias colaborativas de marketing basadas en cuentas (ABM).

DESCRIPCIÓN DE LOS CURSOS

SHOPPER MARKETING

Analizarás el comportamiento del comprador en el punto de venta físico y digital. Aprenderás a diseñar estrategias que influyan en la decisión de compra desde el canal, la experiencia y las promociones.

EL PENSAMIENTO CREATIVO

Desarrollarás tu capacidad para generar soluciones innovadoras a desafíos reales del mercado. Aplicarás metodologías creativas para transformar insights en ideas que agreguen valor a consumidores y marcas.

IA APLICADA AL ENTENDIMIENTO DEL CONSUMIDOR

Explorarás cómo aplicar inteligencia artificial para analizar datos de comportamiento del consumidor. Aprenderás a generar insights estratégicos con herramientas como machine learning, clustering y visualización avanzada.

TRABAJO FINAL

Integrarás todos los aprendizajes del diplomado en un proyecto práctico aplicado a un desafío real de mercado. Presentarás una propuesta estratégica ante una comisión académica y profesional.

DIRIGIDO A

Este diplomado está dirigido a profesionales de marketing, investigación de mercado, inteligencia de clientes, comunicaciones, estrategia comercial, diseño de productos y desarrollo organizacional. También es pertinente para ingenieros, psicólogos, sociólogos, publicistas, antropólogos y otros profesionales interesados en entender la cultura de consumo como eje en la toma de decisiones estratégicas.

Es ideal para quienes buscan comprender profundamente los nuevos patrones de consumo, integrar tecnologías como la inteligencia artificial y desarrollar estrategias de valor centradas en el cliente.

PERFIL DE EGRESO

Los egresados del diplomado estarán capacitados para investigar, analizar y anticipar el comportamiento del nuevo consumidor, utilizando herramientas de inteligencia artificial, análisis de datos y metodologías interdisciplinarias. Podrán diseñar estrategias de marketing centradas en las personas, con enfoque en la creación de valor organizacional y diferenciación competitiva.

Se destacarán por su pensamiento crítico, capacidad de innovación, uso estratégico de los datos y comprensión profunda del entorno sociocultural de los consumidores. Serán agentes de cambio capaces de liderar procesos de transformación centrados en el cliente.

REQUISITOS DE POSTULACIÓN

- Cédula de identidad por ambos lados o pasaporte (si eres extranjero).
- Título profesional, técnico o licenciatura.
- Currículum vitae actualizado.
- Carta de motivación (opcional si no tienes título profesional).

Una vez enviados estos documentos y recibidos de forma satisfactoria, podrás avanzar en el proceso de admisión.

CUERPO ACADÉMICO

JUAN JOSÉ GUERRER

Director del Diplomado.
Doctorando en Comunicación, Universidad de los Andes, Chile.
Magíster en Comportamiento del Consumidor, Universidad Adolfo Ibáñez, Chile.

SEBASTIÁN PRECHT

Ex CEO de WOM Chile.
Advance Management Program, ESE Business School, Chile.
Master en Finanzas, ESE Business School, Chile.

MARCO NICOLINI

Director de Estrategia Digital, Azerta.
Magister en Comunicación Estratégica, Marketing y Negocios, Universidad del Desarrollo.
Diplomado en Dirección de Proyectos, Universidad Adolfo Ibánez.

FEDERICO GALMEZ

Socio La Vulva Marketing.
Ex Subgerente, Diario La Tercera.
MBA, Universidad de Chile.

PATRICIO DEL SANTE

Fundador y Director General Creativo, 10:10.
Reconocido como MKT BEST CHILE como Director Creativo, 2020.
Publicista, Universidad del Pacífico.

CARMEN MUNITA

Gerente Corporativo de Marketing y Comunicaciones Externas, Parque Arauco.
Profesional con más de 20 años de experiencia en marketing, publicidad e investigación para grandes empresas multinacionales e internacionales.

Comisión Nacional de Acreditación CNA-Chile

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
ACREDITADA EN TODAS LAS ÁREAS
NIVEL DE EXCELENCIA | 6 AÑOS
Gestión Institucional, Docencia de Pregrado, Investigación, Vinculación con el Medio y Docencia de Postgrado.
Hasta diciembre de 2028.

INFORMACIÓN DE CONTACTO: MAKARENA CORNEJO

Teléfono: +56226181987

WhatsApp: +569 58164226

Mail: mecornejo@uandes.cl

Sitio web: **postgradosuandes.cl**