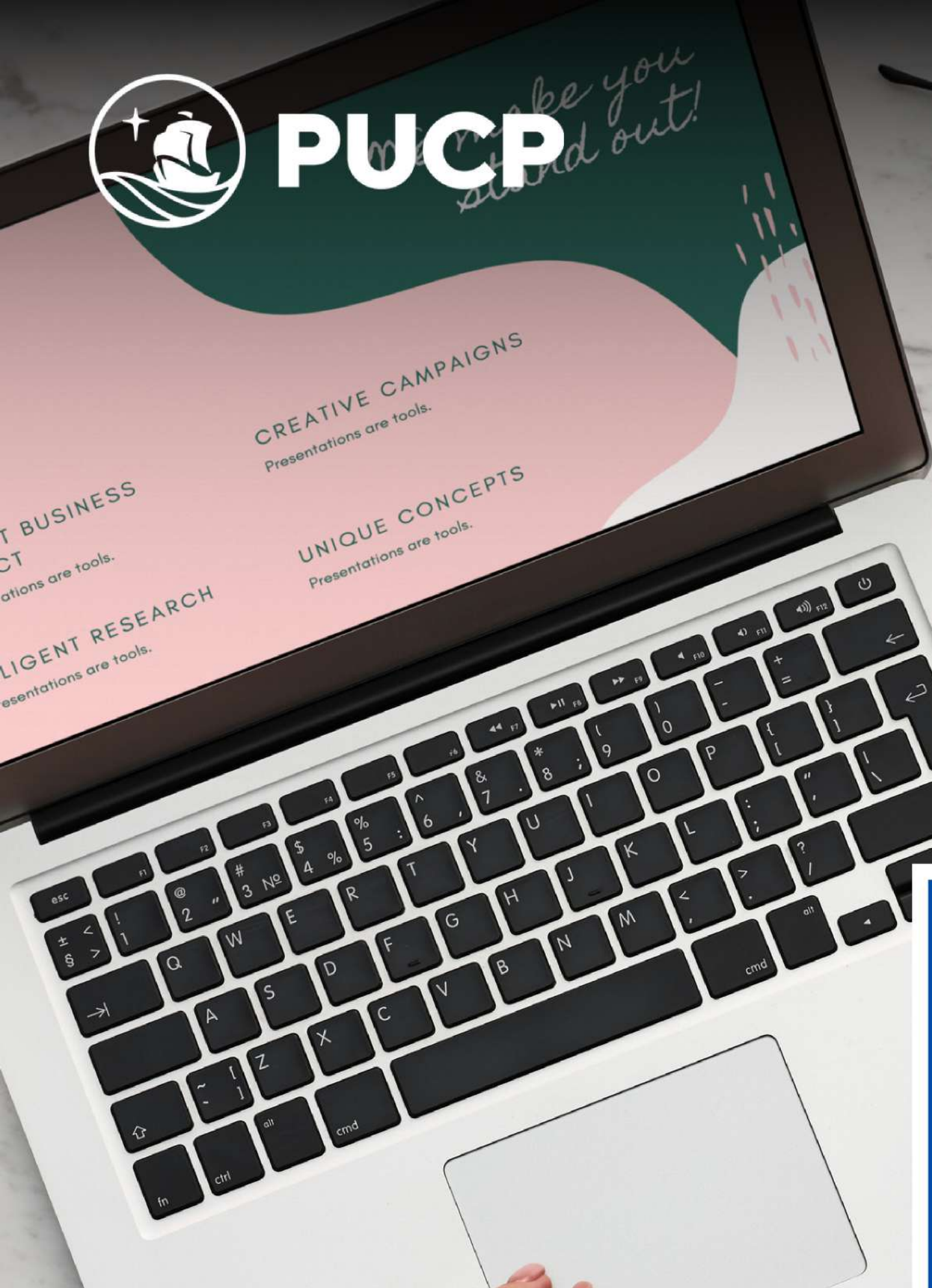




**PUCP**

Facultad de Ciencias  
e Ingeniería



Programa de Especialización en  
**MARKETING DIGITAL, REDES  
SOCIALES & E-COMMERCE:  
UNA ESTRATEGIA  
OMNICANAL APLICADA**

**Profesores Internacionales**



**Inicio:**  
21 de mayo 2024



**Modalidad:**  
Virtual



## Información del Programa

La Facultad de Ciencias e Ingeniería es consciente del auge de las redes sociales y el comercio electrónico. A través de nuestro Programa de Especialización en Marketing Digital y Comercio Electrónico, formamos líderes digitales que se adaptan a los cambios constantes del entorno digital. Aprovecha las oportunidades en evolución de este campo en crecimiento y destácate en el mundo digital con conocimientos actualizados, habilidades prácticas y una sólida base académica. Nuestro programa te preparará para enfrentar los desafíos y aprovechar al máximo las oportunidades del marketing digital y el comercio electrónico.

## Dirigido a:



Profesionales en marketing, publicidad, comunicación, diseñadores gráficos, emprendedores y vendedores interesados en marketing digital, redes sociales & E-commerce

## Certificación



**PUCP**

Pontificia  
Universidad  
Católica del Perú  
(PUCP)

## Objetivos:



Diseñar, desarrollar, implementar, dirigir y gestionar comercios electrónicos con una visión estratégica, omnicanal y enfocado en resultados de rentabilidad y ventas



Planear y ejecutar diferentes estrategias y tácticas de marketing digital que permiten gestionar relaciones duraderas con los clientes, e implementar diferentes acciones comerciales que le permitan rápido crecimiento en ventas



Crear nuevos productos o servicios digitales con diferentes metodologías de innovación, algunas centradas en el usuario y otras centradas en la acción

# Malla Curricular

## Primera etapa

### Diseñando el producto digital, Usabilidad, Diseño de Interacción y UX

El curso es de naturaleza teórico, práctico y taller. Su propósito es incorporar en los participantes el hábito y cultura de considerar a los usuarios en el centro del diseño de todas nuestras acciones, por ejemplo: crear el producto digital idóneo alineado a las expectativas y necesidades del usuario. Generaremos conciencia de lo sumamente importante que es el UX, UI y IxD en los productos digitales, pues los usuarios se auto sirven y dependiendo de cómo los usuarios naveguen, se comporten, sientan e interaccionen con la interfaz, hará que obtengamos una mayor conversión, aumentes ventas, lean tus artículos o, simplemente, tu sistema sea totalmente accesible y usable: El curso brinda los conceptos teóricos y prácticos de la usabilidad, la importancia de conocer las necesidades de los usuarios, la implementación de soluciones UX y el desarrollo de las interacciones que forman parte del proceso. El curso también enseña cómo generar ideas de diseño, las técnicas para crear prototipos rápidamente y hacer pruebas de usabilidad para definir el MPV que solucione de mejor manera el problema que identificamos. También explica los principios de diseño visual, percepción y cognición que informan un diseño de interacción efectivo.

### Logística para E-Commerce y Marketplace

Este curso es de naturaleza teórico y práctico. Su propósito es revelar el valor diferencial que podemos brindar a los clientes mediante la logística y también mostrará que es parte indispensable en la gestión y operativa de los E-Commerces, Marketplaces y similares, desde la provisión hasta la distribución. El curso explica cuáles son las herramientas de gestión para la operatividad logística como: la infraestructura logística, tipos de transporte, procesos logísticos, optimización de la gestión de stocks, entre otros. El curso también brinda los indicadores operacionales, de transporte, almacenamiento, costos y tiempos de entrega. Y expone sobre los sistemas informáticos y tecnologías disponibles para la trazabilidad de mercancías. Finalmente brinda los modelos operacionales de la logística de un ECommerce y un Marketplace, en qué consiste la gestión de la última milla y los tipos de fulfillments.

### Implementación Tecnológica de tu E-Commerce

Este curso es de naturaleza teórico, práctico, taller y asesoría. Su propósito es generar conciencia en los participantes de que el componente tecnológico es indispensable en la gestión del E-Commerce. Y que, dependiendo del modelo de negocio, esta se puede subcontratar a un tercero como un servicio enlatado o que puede ser tan relevante que requiere continua dedicación por ser un elemento diferenciador y parte del core del negocio digital. El curso explica los tipos de tiendas virtuales que existen, cuál es su entorno tecnológico, la practicidad o diferenciación de estas y la gestión tecnológica que estas necesitan. El curso también expone las integraciones tecnológicas necesarias de un E-Commerce con su entorno tecnológico para operar con regularidad e incluso obtener diferenciación. Finalmente explica cómo implementar tecnológicamente una tienda virtual para lograr estar rápidamente en el mercado y probar la viabilidad comercial del negocio digital.

### Talleres de Habilidades Técnicas Digitales 1: UX, UI, IxD. Implementación Tecnológica de E-Commerce

Este taller es de naturaleza práctico y taller. Su propósito es lograr que los participantes aprendan el proceso de concepción, diseño, ejecución UI, UX y IxD. Y también aprenderá a crear su propio E-Commerce y comprendan todas las relaciones que deben tener con su ecosistema (ERP, pasarelas de pagos, Fintechs, CRM, sistemas logísticos, otros). Este taller abordará de manera práctica los dos siguientes temas: Primero, el taller expone conceptos, casos y logra que los participantes apliquen el proceso de concepción, diseño, ejecución UX y UI para la creación de productos digitales. También logra que los participantes apliquen técnicas, métodos y herramientas de interacción que permite medir y mejorar la experiencia con los usuarios. Finalmente presenta las principales herramientas de diseño de piezas gráficas e interfases, y enseña la más importante, siendo esta la base para que los participantes las usen en los próximos talleres. Segundo, el taller enseña a implementar tecnológicamente un E-Commerce, considerando el recurso necesario de software, la carga de contenidos y productos y las integraciones con servicios de terceros necesarios para la operativa como son las pasarelas de pago, ERP, proveedores logísticos y otros.

### Plan de Marketing Digital: Branding, contenidos, medios

La naturaleza de este curso es teórico, práctico y taller. Su propósito es que los participantes interioricen todos los elementos que componen un plan de marketing digital. Profundizando en detalle en las herramientas, metodologías y estructura necesarias para la crear, diseñar y gestionar marcas digitales. También expone como generar contenidos considerando que estos deben aportar valor y que deben considerar a las categorías de productos y servicios de la empresa. Finalmente enseña gestionar los diferentes canales digitales. : El curso brinda conocimientos para diseñar la estrategia de marca online y como planear la ejecución de la comunicación de las marcas en un entorno digital a través de acciones alineadas al posicionamiento, propósito, valores de una marca y gestión de la reputación; todo esto mediante canales digitales como sitios web, aplicaciones y redes sociales. El curso también expone los conceptos, herramientas y metodologías para generar contenidos creativos para aterrizar el plan de marketing digital y plan social media.

### Plan de Medios Digitales y Plan Social Media

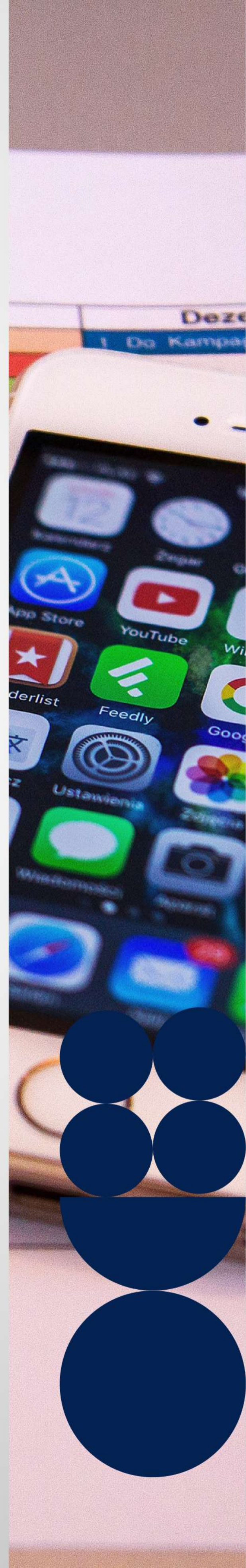
La naturaleza de este curso es teórico y práctico. Su propósito es que los participantes se basen en la estrategia digital y social media, para que definan objetivos, presupuestos y ejecuten acciones relacionadas al branding, contenidos y gestión de comunidades en diferentes canales digitales, social media y redes sociales y comprendan los KPIs resultantes de sus decisiones. El curso desarrolla las fases de un plan de medios digitales y de un plan social media, desde la definición de objetivos hasta la medición a través de KPIs y presupuestos. Asimismo, el curso enseña a crear, integrar y desarrollar las oportunidades que ofrecen los canales digitales y el social media respecto a estrategias de relación, comunicación y venta con los clientes actuales y potenciales y finalmente expone las funciones de un Community Manager y las herramientas vigentes en el mercado para gestionar comunidades adecuadamente, para manejar crisis y gestionar el servicio al cliente.

### SEO Y SEM: Estrategia de Posicionamiento en google

El curso es de naturaleza teórico, práctico y taller. Su propósito es consolidar el pensamiento estratégico, mediante la aplicación práctica del posicionamiento orgánico y/o pagado en buscadores, y la comprensión de lo beneficioso o necesario en el ámbito digital. El curso brinda los conceptos y herramientas de SEO y SEM como parte de la estrategia de marketing digital para posicionar a las marcas eficientemente en buscadores. El curso enseña a desarrollar una campaña utilizando el Search Engine Marketing (SEM), a usar la plataforma de Google Ads para publicitar en las búsquedas de Google y a comprender el rol del Search Engine Optimization (SEO) como estrategia para el posicionamiento en buscadores y obtención de tráfico al sitio web. Asimismo, el curso también expone conceptos y casos para que los participantes aprendan sobre la implementación de campañas en las distintas redes de anuncios como Red de Shopping, Search, Video y Display.

### Desarrollo y Gestion de Negocios Digitales

El curso es de naturaleza teórico y práctico. Su propósito es formar en los participantes los pilares base de las siguientes unidades e inculcará en ellos los grandes beneficios que genera el trabajar a partir de nuevos modelos de negocio, innovación, negocios digitales, e-commerce, el marketing digital, entre otros. El curso expone cómo los negocios tradicionales se vienen transformando o vienen incorporando el negocio digital. También explica el procedimiento para crear y desarrollar negocios digitales y cómo se gestionan estos. Luego el curso profundiza en el negocio E-Commerce, para ello brinda conceptos, el modelo de negocio, implementación tecnológica, ejecución del marketing digital y la gestión de una tienda virtual. Respecto a la gestión de un E-Commerce, el curso profundiza respecto a la relevancia de la usabilidad, UX, los medios de pago (pasarelas y fintechs para una tienda virtual), servicios de innovación comercial, integración de sistemas con otros servicios necesarios para la operativa, entre otros.



## Segunda etapa

### Talleres de Habilidades Técnicas Digitales 2: Facebook, Instagram y Google Ads. Campañas de búsqueda. Video y Display, Google Analytics

Este taller es de naturaleza práctico y taller. Su propósito es lograr que los participantes aprendan estos tres temas. - A ejecutar sus primeras campañas en las principales redes sociales; y comprendan los KPIs resultantes de sus decisiones - A ejecutar sus primeras Campañas de Búsqueda, Video y Display. También prepararemos de manera práctica a los participantes para que se puedan Certificar en Google Ads. - A usar Google Analytics para crear informes, campañas y conversiones. También prepara de manera práctica a los participantes para que se puedan Certificar en Google Analyst. Este taller abordará de manera práctica los tres siguientes temas: Primero, el taller expone conceptos, casos y logra que los participantes aprendan a ejecutar Campañas óptimas de Facebook e Instagram; que mejoren los resultados de conversión, haciendo énfasis en metodologías como la creación de públicos personalizado por lista de clientes, interacciones de la Fanpage y usuarios similares. El taller explica el uso de las plataformas digitales, las características para realizar campañas, las inversiones a realizar según perfiles y sobre la analítica que explica los resultados y retorno obtenidos. Segundo, el taller expone conceptos, casos y logra que los participantes aprendan de manera práctica a realizar Campañas de Búsqueda, Video y Display; y que comprendan los KPIs resultantes de sus decisiones. El taller también brinda conceptos y ejemplos para preparar a los participantes para que se puedan Certificar en Google Ads. Tercero, el taller expone conceptos, casos y logra que los participantes aprendan de manera práctica a usar Google Analytics para crear informes, campañas y conversiones. También prepara de manera práctica a los participantes para que se puedan Certificar en Google Analytics.

### Growth Hacking para E-Commerce

El curso es de naturaleza teórico y práctico. Su propósito es que los participantes aprenderán una variedad de herramientas, métodos, casos y similares; los cuales les permitirán tomar acciones comerciales que generen un rápido crecimiento de ventas. El curso brinda los pilares del Growth Hacking para generar ideas de rápido crecimiento para el negocio, el cual detalla análisis de data, ingeniería del producto y el método ágil. El curso también presenta experimentos Growth para adquisición y retención de clientes, técnicas de automatización de marketing para optimizar las ventas y técnicas de marketing viral en ecosistemas digitales.

### Data Driven Marketing y Analítica Webs: Diseño de Estrategias en base a Data.

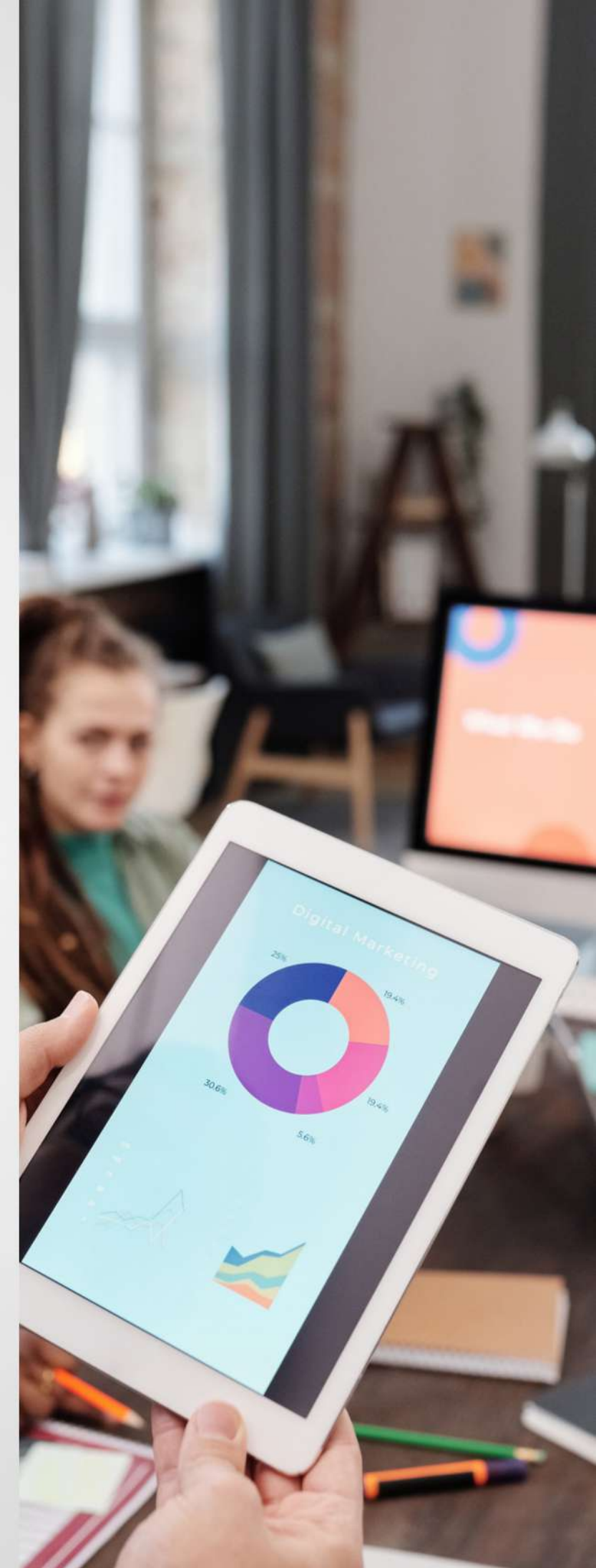
El curso es de naturaleza teórico y práctico. Su propósito es preparar a los participantes en el conocimiento y desarrollo del análisis de datos y del cliente, como base para poder detectar las necesidades tanto de la empresa como de los clientes con el fin de tomar decisiones estratégicas más inteligentes, crear mejores experiencias y, consecuentemente, mejorar en los resultados del negocio. El curso expone el proceso de análisis, explotación de grandes volúmenes de datos y cómo estos generan valioso conocimiento que favorece la toma de decisiones. Asimismo, el curso brinda los conceptos de huella digital, analítica, Big Data y Business Intelligence, también profundiza en la herramienta de Google Analytics para crear informes, campañas y conversiones. Y brinda los conceptos sobre Google Tag Manager, Customer Analytics, la metodología MadTech y Customer Relationship Management (CRM).

### Estrategia Omnicanal

Este curso es de naturaleza teórico y práctico. Su propósito es formar en los participantes la mentalidad estratégica omnicanal para gestionar diferentes negocios, la relevancia de planear con visión omnicanal, la gran importancia que tiene la gestión de la relación duradera con los clientes en los diferentes canales on y off. Este curso explica la importancia de tener estrategias y tácticas omnicanales o integradas, para desarrollar todas las comunicaciones y experiencias al usuario alineadas, independientemente del canal elegido por el usuario. El curso profundiza con detalle en los canales físicos de un Retail y en principales canales de marketing digital: Display, SEO, SEM, Redes Sociales, Email Marketing, Afiliación, Marketplaces y otros. Y explica cómo funcionan, cómo integrarlos en la estrategia, qué herramientas debemos usar con cada uno de ellos y brinda ejemplos de campañas omnicanal.

### Proyecto Integrador: Estrategias y Plan de Marketing para un E-Commerce

El curso es de naturaleza teórico y práctico. Su propósito es que los participantes pongan en práctica todo lo aprendido, mediante un proyecto que integrará todos los conceptos, casos y talleres aprendidos. El curso expone el método del Elevator Pitch del Proyecto y presenta casos que aplican este método y que a la vez integran lo aprendido en los diferentes cursos; esto con el objetivo de consolidar el aprendizaje de los participantes conforme van aprendiendo los cursos y de brindarles un marco de referencia de lo deberán elaborar de manera práctica. Como fase práctica, el curso brinda pautas y asesorías para desarrollar un ECommerce, asesorías para presentar un proyecto y su presentación, supervisa el avance del proyecto integrador, para finalmente evaluar la exposición y presentación de la entrega final del proyecto integrador.



**Duración**  
144 horas

## | *Nuestros Profesores*

### ***Condo Alarcón, Eber***

Magíster en Administración de Empresas (MBA) por el Instituto de Empresas Business School de España, Postgrados en E-commerce, Marketing Digital, Marketing de Servicios y Design Thinking. Ingeniero Industrial por PUCP. Ha sido premiado en seis concursos (inter)nacionales de innovación y emprendimiento. Se ha desempeñado en cargos de Gerencia y Jefatura en áreas de E-commerce, Fintech, Productos, Innovación, Sistemas, Créditos e Investigación de Mercado en rubros Retail e E-commerce (Xiaomi, Huawei, DJI, Honor y otras marcas de tecnología), Banca y Fintech (Mibanco, Financiera Compartamos, Financiera Inversiones La Cruz, Fintech Te Presto Servicios Financieros) y Telecomunicaciones (Movistar en Perú y España). Actualmente se desempeña como Country Manager & Founder en la Fintech Mis Cuotas, como Gerente de Nuevos Negocios y Sistemas en el Grupo QTC (Retail transnacional de marcas de tecnología), como Coordinador de Postgrado en PUCP y Docente de Postgrado en PUCP (logrando ser mejor docente en determinados semestres). Es experto en creación e implementación de Fintech e E-commerces (seis en curso) y especialista en creación de nuevos negocios, nuevos productos, innovación, transformación digital, Design Thinking, UX, CX y Marketing.



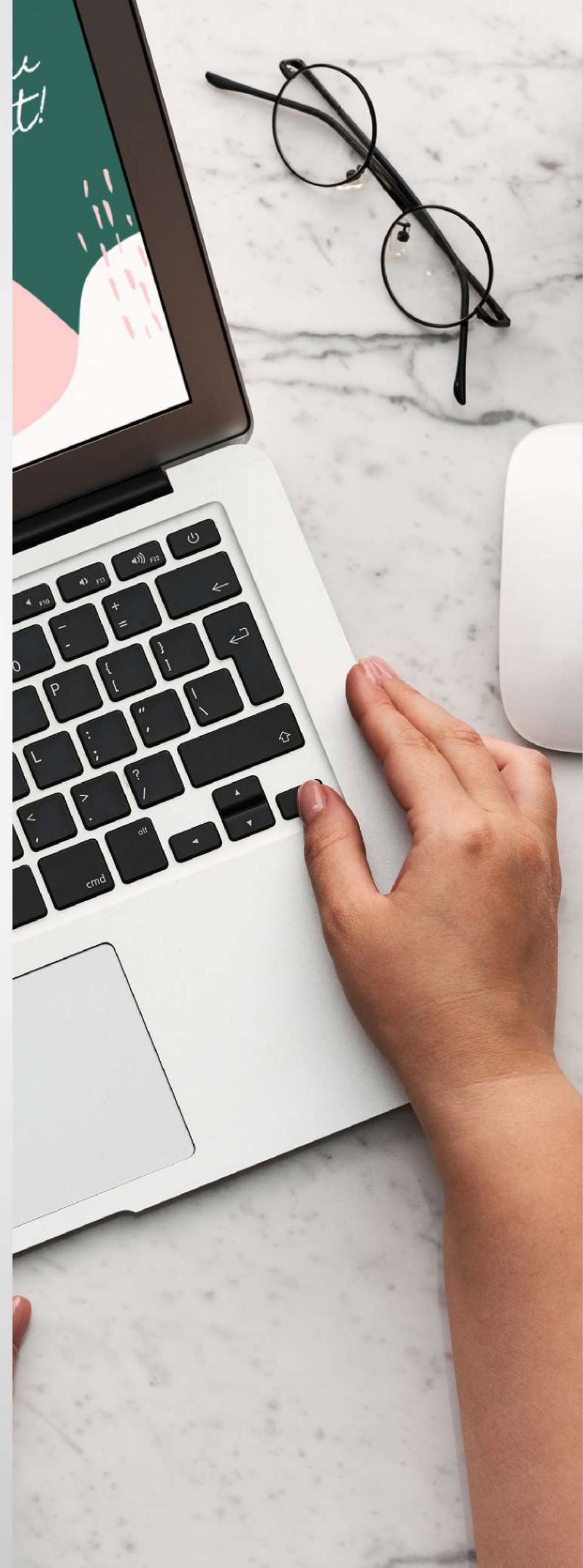
### ***Salazar Jakob, Lucila***

Magíster en Administración de Empresas (MBA) y Diplomado en E-commerce por el Instituto de Empresas Business School de España, Certificado Profesional en Marketing Digital por Kellogg's Executive Education y Certificaciones en SEO, Social Media, Google Analytics, anuncios de búsqueda de Google y Marketing de Contenidos. Fue miembro del Jurado de los Premios Effie en Perú y México por 8 años y Docente de Postgrado en E-commerce y Retail Marketing en la Universidad del Pacífico. Ha trabajado por más de 16 años en Sodimac México y Perú (en ambos países se encargó de lanzar y posicionar la marca de manera exitosa, así como desarrollar el E-commerce) y por más de 4 años en Supermercados Santa Isabel, ocupando los siguientes cargos: Sub-Directora de Estrategia de Clientes y Marketing. Gerente de E-Commerce, APP y Ventas Telefónicas. Gerente de Marketing, Publicidad, RRPP y Responsabilidad Social Empresarial. Sub-Gerente de Marketing y Publicidad. Cuenta con vasta experiencia en el desarrollo omnicanal en distintos formatos de retail. Actualmente se desempeña como Directora de Marketing & E-commerce en la cadena de Hard Discount Tiendas Neto en México y es consultora en e-Retail.lat para formatos de tienda B2c y B2B.



### ***Negrete, Percy***

Máster en Gestión de la Innovación Empresarial de la Universidad de Barcelona en España, Ingeniero Informático de la Pontificia Universidad Católica del Perú, con Certificado en Arquitectura de la Innovación del SIT y estudios especializados en usabilidad y diseño centrado en el usuario en Argentina y España. Durante los últimos 13 años, se ha desempeñado como Líder de equipos UX. Fue Jefe de UX en Grupo la República, Director de Innovación y Experiencia Usaria en Attach, Fundador de Amable Perú. Actualmente, combina su carrera profesional con la Docencia en Maestría y Educación Continua Universitaria. Además, actúa como Consultor para el BID y es Fundador de Negrete Studio, consultora especializada en estrategia y diseño de experiencia de usuario.





### ***Alarcón Lopez, Juan Carlos***

Ingeniero Informático de la Pontificia Universidad Católica del Perú, con especializaciones en Dirección de Proyectos PMI, Seguridad de la Información y Gestión de la Innovación alineada a la Estrategia Empresarial; y con estudios de Maestría en Gestión Tecnológica en CENTRUM. Cuenta con más de 15 años de experiencia liderando diferentes proyectos de tecnología para empresas del rubro Retail & E-commerce (Xiaomi, Huawei, DJI, Honor, Tec Store y otros), Entidades Financieras & Fintech (BCP, Banco de Comercio, Financiera TFC, Caja Primera, Edpyme Credivisión, Fintech Te Presto Servicios Financieros) y otras. Actualmente se desempeña como Jefe de Tecnología Retail, E-Commerce y Fintech en el Grupo Que Tal Compra (Retail transnacional de marcas tecnología). Y viene liderando la implementación y gestión tecnología de diversos E-Commerce para las marcas Xiaomi, Huawei, DJI, Honor, Tec Store, Mis Cuotas, Ecovas, Ecoflow y otros; e integraciones con Marketplace (Hiraoka, Linio), Fintech, Pasarelas de Pago y otros sistemas. En la Gestión Tecnológica de Fintech viene logrando disrupción, al otorgar créditos en dos minutos y sólo con DNI, como consecuencia de usar tecnología de vanguardia y haber desarrollado e integrado sistemas robustos, ágiles, flexibles e innovadores como: Core Fintech, Modelo de Riesgo, Cobranza Inteligente, Onboarding de fácil navegación, entre otros. Para la Gestión Retail, lidera diferentes herramientas tecnológicas como SAP, Salesforce, Softeon, POS de Venta, Sistemas de Puntos y Cupones, entre otros.



### ***Fernández Bernaola, Katty***

Ingeniera Industrial, Magister en Dirección de Proyectos de la Universidad Ramón Llull-La Salle Barcelona (España). Cuenta con especialización en Customer Experience y es Scrum Master (certificada). Asimismo, tiene estudios complementarios en Business Analytics en Cambridge; y Liderazgo en Innovación en MIT. Cuenta con 20 años de experiencia en áreas de Proyectos, Operaciones y Logística; en empresas como Yobel, Farmacias Peruanas, Tiendas por Departamento Ripley, DHL Global Forwarding. En los últimos 11 años viene laborando en el sector E-commerce, primero como Directora de Operaciones en Linio (siendo parte del equipo fundador) y actualmente como Gerente de Transportes en Falabella.com. Su experiencia en el sector retail y comercio electrónico es vasta, dominando temas como Gestión de Marketplace, Omnicanalidad, Experiencia al Cliente y Supply Chain. Ejerce la docencia por más de 5 años en programas y diplomados de E-commerce; en Universidad del Pacífico, Cámara de Comercio de Lima (CCL) y Cámara Peruana de Comercio Electrónico (CAPECE). Participa como mentora en el sector Tech en LABORATORIA y la organización sin fines de lucro Women in Supply Chain (WINS Peru). Asimismo, es socia de WOMEN CEO PERU, aportando en el comité de Innovación. Ha participado como speaker en eventos como Ecommerce Day Perú; Crehana Cool Voices; CIDE PUCP Business Innovation Now y congresos de la comunidad logística tanto en Perú, como Chile.



### ***Castro Salinas, Julianna***

Postgrado de Especialización Internacional en Marketing Digital y Gestión Comercial por CENTRUM - EADA Business School de España, con Certificados en SEO, UX, Growth Hacking, Analítica Web, Inbound Marketing, Metodologías Ágiles, Salesforce, Customer Experience. Licenciada en Administración. Con más de 12 años de experiencia en Marketing. Se desempeñó como Jefe de Marketing Corporativo en Derco, Jefe de Marketing en Inmobiliaria EE, Sr. Research & Effectiveness en UPC. Actualmente se desempeña como Gerente de Marketing e E-commerce en el Grupo QTC (Retail transnacional, distribuidor autorizado de Xiaomi, Huawei, DJI, Honor, entre otras marcas de tecnología).



### ***Sanfeliu Salvá, Juan Ramón***

Experto en Performance Marketing con más de 12 años de experiencia en Centrales de Medios, Agencias de Publicidad y Empresas Corporativas; en España, Colombia y Perú. Ha gestionado más de US\$ 60 millones en Campañas de Publicidad, con clientes de España y Latinoamérica. Ha sido expositor oficial de Google en eventos especializados en Chile, Colombia y Perú. Ha sido Director de Performance & Ecommerce en Digitas, Director de Medios Digitales en Starcom y Social & Search Lead en Publicis Media y Publicis Groupe Perú, Head of Performance en Mindshare Perú; en las cuales ha liderado equipos de Traffickers que gestionaban campañas de performance de clientes como Entel, Coca Cola Perú, Mc Donalds, Motorola, Centenario, Renault, etc. Y también ha liderado un equipo especializado en estrategias de Performance para Adquisición de clientes para el portfolio de productos del BBVA en Perú. Es Gerente de Marketing Digital en VISIVA, siendo el máximo responsable de 3 marcas educativas Certus, Toulouse Lautrec y UCAL; para lo cual viene realizando estrategias de Adquisición Digital para Carreras Técnicas, de Tecnología, Negocios, Creatividad, Diseño Gráfico, Arquitectura y Diseño.



### ***Ibañez Chavez, Patricia***

Magíster en Administración de Empresas (MBA) y Diplomado en Marketing Estratégico Digital por la Universidad de Piura, con Certificación Profesional en Transformación Digital por Berkeley Business School e Ingeniera Industrial por la Universidad de Lima. Docente de Postgrado en E-commerce y Omnicanalidad en la Universidad de Lima. Ha trabajado por más de 15 años en empresas transnacionales y de servicios como: Colgate Palmolive, Energizer, Hasbro y Rimac Seguros y Reaseguros, ocupando roles Gerenciales a nivel nacional y regional en las áreas de ventas y marketing. Cuenta con vasta experiencia en crear estrategias para incrementar las ventas y utilidad de la operación, desarrollar nuevos canales de venta y ejecutar con excelencia los planes de negocios. Actualmente se desempeña como CMO (Chief Marketing Officer) de Bee Seller, Start Up tecnológica en Uruguay, con productos orientados a B2C y B2B.



### ***Salazar Arias, Fernando***

Estudios de postgrado en Escalamiento de Empresas (Wharton University), Transformación Digital y Liderazgo basado en data (MIT), Gerencia de Operaciones y BPM (ESAN), Business Coaching (CBC International), Licenciado en Administración y Marketing por la UPC, entre otros. Sólidos conocimientos de gestión y liderazgo de operaciones en empresas de servicios con enfoque en crecimientos y expansión acelerados y escalables. Experiencia en la dirección y transformación de organizaciones multinacionales, relacionadas a la consultoría y agencia, basadas en BPM, Agile Scale y Business Coaching. Amplia experiencia en la consultoría en estrategia digital de las principales marcas de Latam en rubros como educación, e-commerce, travel, banca, consumo masivo, entre otros. Actualmente es Chief Operating Officer en ATTACH, Consultora de Estrategia y Transformación Digital con oficinas en Lima, Ciudad de México y Miami.



## Duración y horarios

El Programa de Especialización tiene una duración aproximada de 07 meses.



Martes y jueves de  
7:00 p.m. a 10:00  
p.m.



Las clases se van a  
desarrollar vía Zoom. Con  
profesores en vivo.

## Calendario de Actividades 2024 - I

Las clases se van a desarrollar a partir de la siguiente programación:

### Primera etapa

Del 21 de mayo al 08 de agosto de 2024

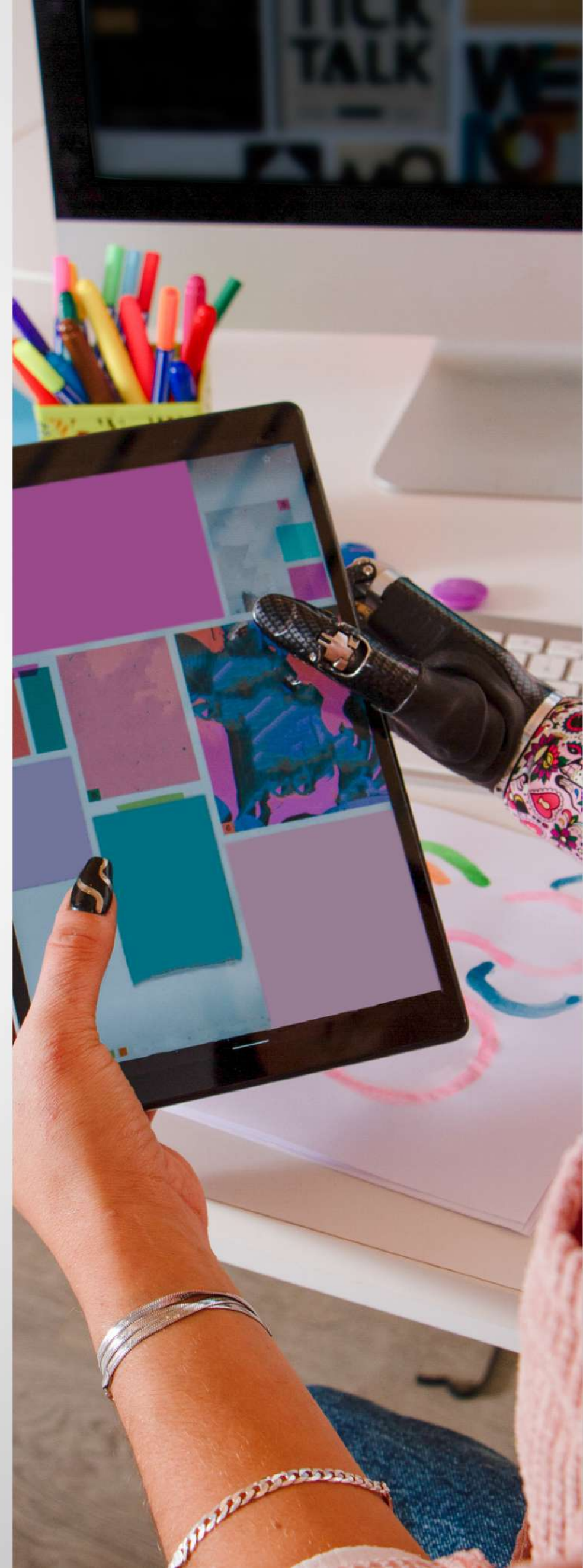
### Segundo ciclo

Del 20 de agosto al 14 de noviembre de 2024

## Inversión

	Comunidad PUCP	General ( antes del 22 de abril)	General
Contado	S/.4788	S/.5040	S/.5600
Financiado	CI de S/.2100 y el saldo en 7 cuotas de S/. 420	CI de S/.2100 y el saldo en 7 cuotas de S/. 460	CI de S/.2100 y el saldo en 7 cuotas de S/. 500

\*Consulta por los requisitos adicionales para aplicar al financiamiento







Jenny Matienzo



941 211 617



ventasce@pucp.edu.pe

