



ESPECIALIZACIÓN

Gestión de Marketing Digital

 **30** Mayo 2024

 **03** Meses lectivos



Acerca del Programa



ESPECIALIZACIÓN

Gestión de Marketing Digital

 **Modalidad Online:** Clases en tiempo real

La situación laboral que nuestro país enfrenta hoy en día es altamente competitiva, por ello es esencial contar con una formación especializada que incremente la empleabilidad y el desempeño en el campo laboral real. El presente curso cubre las necesidades de la revolución tecnológica, que ha llevado a que las personas interactúen con mayor intensidad de manera digital (uso de redes sociales, aplicativos móviles y otros). Se necesitan profesionales que puedan usar los recursos de la tecnología y crear nuevas formas de comunicarse con los consumidores.

Certificación



CENTRUM PUCP 

Programa de Especialización en Gestión de Marketing Digital



Objetivos

01

Utilizar recursos tecnológicos y del marketing digital creando nuevas formas de comunicación con los consumidores.

02

Comprender la nueva visión del marketing digital, así como al nuevo consumidor digital.

03

Conocer las buenas prácticas de comunicación digital a través de medios digitales.

04

Aplicar estrategias de uso de buscadores para la creación de valor en una organización.

Contenido del Programa

1

Estrategia de Comunicación y Branding Digital

El curso brinda conocimientos para diseñar la estrategia y planear la ejecución de la comunicación de las marcas en un entorno digital, a partir del auge del internet y las redes sociales.

Sesión 1-2

- Estrategia de Comunicaciones en Marketing

Sesión 3-4

- Creando una marca
- Servicios de Comunicaciones en la Era Digital

Sesión 5-6

- Competencia
- Estrategia de Segmentación de Mercado Meta

Sesión 7-8

- Herramientas Digitales
- Storytelling

Sesión 9-10

- Monitoreo de performance
- Presentación y entrega del TAF

2

Marketing en Redes Sociales

En este curso el participante aprenderá a crear, integrar y desarrollar las oportunidades que ofrecen las redes sociales y el social media en tus estrategias de relación, comunicación y venta con los clientes actuales y potenciales.

Sesión 1-2

- Introducción a Digital y Social Media
- Se introduce al estudiante en los conceptos básicos del ecosistema digital, el nuevo consumidor, las redes sociales y cómo estas han venido evolucionando post pandemia.

Sesión 3-4

Branding: Definiendo el tono de comunicación

- Propósito de marca
- Arquetipos de marca
- Sistema de creencias

Creando tu tribu: Community management

- Marketing de tribu
- Creación de comunidad

Sesión 5-6

Plataformas sociales

- Funcionamiento de los algoritmos
- Estrategia en redes sociales
- Tácticas por canal
- Herramientas de gestión

Atrayendo a tu audiencia: Marketing de contenidos

- Fundamentos de Marketing de Contenidos
- Metodologías de creación de contenido

Sesión 7-8

Introducción a la Publicidad Digital

- SEM: Fundamentos de la publicidad digital
- Meta Ads: Campañas en Facebook e Instagram
- Estrategia en pauta publicitaria

- Sesión 9-10** • Presentación del Trabajo
Aplicativo Final y sustentación.

3

Comercio Electrónico

La revolución en la tecnología ha cambiado el enfoque de toda empresa y las mismas deben explotar las nuevas plataformas digitales generando oportunidades para los negocios. El curso abordará los elementos claves del éxito del comercio electrónico. Se desarrollarán casos prácticos, en los cuales se conocerán las implicancias en la construcción, el proceso, la logística y la gestión de las plataformas digitales.

- Sesión 1-2** La brecha de conectividad en el Perú
- El internet y las telecomunicaciones son servicios fundamentales en el comercio electrónico.
 - ¿Posición y como estamos a nivel mundial y de región?
 - Futuro y nuevas tendencias de conectividad

- Sesión 3-4** Modelos B2C.
- Comportamiento del consumidor en el comercio electrónico
 - Estrategias B2C
 - Experiencias de venta retail online y tradicional

- Sesión 5-6** Cambios en la estructura de negocio para adoptar un modelo de comercio electrónico
- Cómo se ve afectado el marketing mix bajo una estrategia de comercio electrónico
 - E-fulfillment: Logística y distribución para comercio electrónico
 - Tracking y soporte post-venta
 - Modelos O2O: Combinación de canales online y offline

- Sesión 7-8** Promoción del Comercio Electrónico y Analítica Web.
- Growth Hacking. Técnicas de promoción del Comercio Electrónico
 - Analítica Web para Comercio Electrónico. Generación y Seguimiento de Objetivos

- Sesión 9-10** • Tendencias actuales y futuras en el comercio electrónico
- Sesión 11-12** • Trabajo Aplicativo Final.

4

SEO y Web Analytics

El curso presenta las herramientas para posicionar a las marcas eficientemente en buscadores y se destaca la importancia de la accesibilidad de estas ante un mercado competitivo. Se aprende a medir el impacto de las herramientas de analítica, para tomar decisiones oportunas.

- Sesión 1-2** • Introducción a la analítica digital
- SEO y WEB Analytics

- Sesión 3-4** • Recopilación de datos procesables con Google Analytics
- Navegación de los informes de Google Analytics

- Sesión 5-6**
- On-Page SEO
 - Off-Page SEO

- Sesión 7-8**
- Comprensión y uso de los datos de Google Analytics
 - Informes de navegación de conversiones

- Sesión 9-10**
- Exposición de casos finales grupales

5

Seminario en User Experience

El seminario contribuye a dar un enfoque hacia el cliente como principal elemento central para crear el producto idóneo alineado a las expectativas y necesidades del usuario con el fin de asegurar una recompra del producto en el futuro, a través de la aplicación de diferentes metodologías y marcos utilizados a nivel mundial.

- Sesión 1-2**
- Aspectos fundamentales para el diseño de la experiencia usaria (UX)

- Sesión 3-4**
- Prototipado: Diseño orientado a la interaccion

- Sesión 5-6**
- Pruebas de usabilidad

Inicio

30 de mayo 2024

Duración y Horario

3 meses lectivos - 72 horas

Lunes y Jueves de 07:00 p.m. a 10:30 p.m.

Modalidad

Online (clases en tiempo real)

Inversión

S/. 4,200

La inversión **incluye:**

- Emisión del certificado por Centrum PUCP.
- Materiales académicos.

La inversión **no incluye:**

- Emisión de otros certificados (participación, constancia de notas, mallas académicas, etc.).

ESPECIALIZACIÓN

Gestión de Marketing Digital



Informes:

✉ centrum.executivesurco@pucp.edu.pe

🌐 www.centrum.pucp.edu.pe

CUATRO ACREDITACIONES GLOBALES



DE EXCELENCIA ACADÉMICA