



ESPECIALIZACIÓN

Marketing Digital, Analytics y UX



31

Julio 2024



03

Meses lectivos

Lifelong Learning



Acerca del Programa



ESPECIALIZACIÓN

Marketing Digital, Analytics y UX

 **Modalidad Online:** Clases en tiempo real

Los avances en las tecnologías y los medios digitales han cambiado drásticamente la forma en que las empresas de todos los tamaños interactúan y construyen relaciones con sus consumidores. El Programa de Especialización en Marketing Digital, Analytics y UX de Centrum PUCP, permite que los participantes obtengan el conocimiento para responder a las oportunidades y desafíos de un mundo digital y tener un impacto positivo en su organización y carrera. En este programa el participante conocerá las últimas tendencias en marketing digital y cómo la tecnología está impulsando el cambio y la innovación. Es importante destacar que podrá comprender lo que eso significa para sus audiencias y su viaje con su organización. Así también, descubrirá herramientas y técnicas que lo ayudarán a planificar campañas y actividades efectivas que resuenen con su audiencia y generen resultados para su negocio y/o organización.

Certificación



Centrum PUCP 

Programa de Especialización en Marketing Digital,
Analytics y UX



Objetivos

01

Aplicar los principios básicos de marketing digital, considerando el UX del E-commerce y la analítica digital a lo largo de todo el Journey del cliente.

02

Analizar las últimas tendencias y tecnologías que están impulsando el cambio en el marketing digital.

03

Utilizar la analítica digital para gestionar de manera más eficiente su cartera de clientes y productos.

Contenido del Programa

1

Analítica Digital

Este curso teórico/práctico tiene como finalidad analizar cómo en el mundo del marketing digital que cambia rápidamente, no puedes quedarte quieto; los avances en los medios digitales y la tecnología han cambiado drásticamente la forma en que los especialistas en marketing se comunican con el público, construyen relaciones e impulsan las ventas.

Sesión 1-2 • Analítica del Sitio Web/App **Sesión 3-4** • Analítica en el sitio web a través de Google Analytics

Sesión 5-6 • Test A/B a través de Google Optimize **Sesión 7-8** • Analítica en Canales de Marketing Digital

Sesión 9-10 • SEO: Analítica del desempeño de keywords y SEO Off Page Authority **Sesión 11-12** • Big Data & IA. Modelos predictivos y Dashboards de seguimiento

2

E-commerce

Este curso teórico/práctico tiene como finalidad analizar cómo tras la pandemia se hizo evidente la necesidad de implementar canales digitales para permitir a nuestros clientes el acceso a productos y servicios.

Sesión 1-2 • Introducción al Comercio Digital, impacto estratégico de la Economía de la Información **Sesión 3-4** • Introducción al Comercio Electrónico.

Sesión 5-6 • Tipos de comercio electrónico y plataformas adicionales **Sesión 7-8** • La empresa y el Social Media Marketing

Sesión 9-10 • Plan de Ecommerce **Sesión 11-12** • Presentación Trabajo Aplicativo Final

3

Marketing Digital

Este curso teórico/práctico tiene como finalidad analizar cómo las empresas grandes y pequeñas están inundadas de datos sobre las opciones de los consumidores. Pero esa riqueza de información no siempre se traduce en mejores decisiones. Saber cómo interpretar los datos es el desafío, y se espera cada vez más que los especialistas en marketing en particular utilicen análisis para informar y justificar sus decisiones.

Sesión 1-2

- Introducción al Marketing Digital, Introducción a los embudos de venta digitales

Sesión 3-4

- Branding: Definiendo el tono de comunicación, Atrayendo a tu audiencia: Marketing de contenidos

Sesión 5-6

- Introducción al Social Media Marketing, Introducción al Posicionamiento en Buscadores

Sesión 7-8

- Videomarketing, Lead Nurturing, Email Marketing y Affiliate

Sesión 9-10

- Introducción a la Publicidad Digital, Conclusiones y Recomendaciones Finales

Sesión 11-12

- Presentación TAF

4

UX & EX: Diseño de Experiencias de Usuario y Experiencia del Empleado

Este curso teórico/práctico tiene como finalidad fortalecer los conocimientos y habilidades básicos para desarrollar experiencias de medios digitales atractivas e intuitivas.

Sesión 1-2

- Estrategia UX orientada al marketing digital

Sesión 3-4

- Aplicación de UX en un entorno web

Sesión 5-6

- Gestión de UX con CMS Wordpress

Sesión 7-8

- Diseño de contenido y analítica digital: optimización UX

Sesión 9-10

- Obteniendo feedback del usuario

Sesión 11-12

- Trabajo Aplicativo Final

Inicio

31 de julio 2024

Duración y Horario

3 meses lectivos / 72 horas

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

Modalidad

Online (clases en tiempo real)

Inversión

S/. 4,200

**Para el financiamiento directo otorgado por Centrum PUCP, los participantes y sus respectivos avales deberán suscribir letras de cambio electrónicas como requisito indispensable para estar matriculado en el programa o curso académico escogido.*

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.)

Informes:

✉ executive.centrum@pucp.edu.pe

🌐 www.centrum.pucp.edu.pe

ESPECIALIZACIÓN

Marketing Digital, Analytics y UX



CUATRO ACREDITACIONES GLOBALES



DE EXCELENCIA ACADÉMICA

