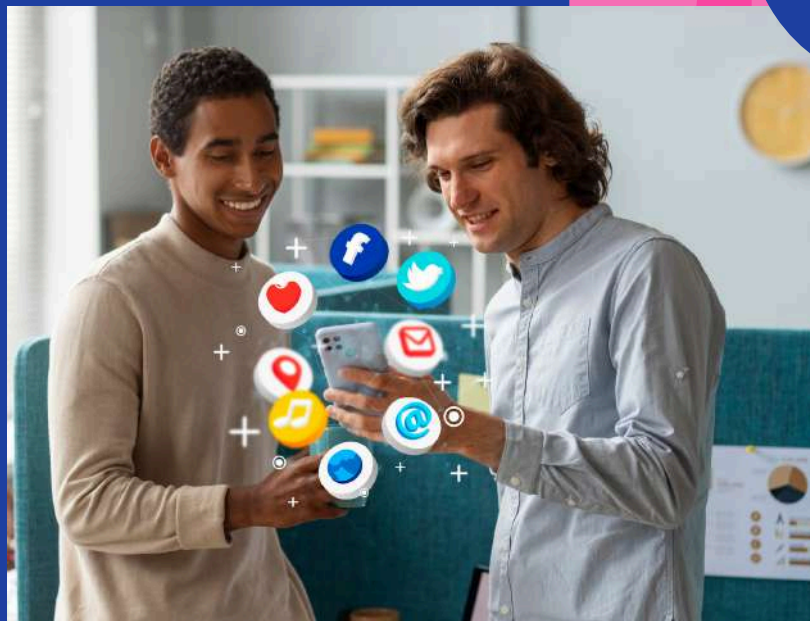


Programa de Especialización en **Dirección de Content Management y Digital Marketing - 2° Edición**

MODALIDAD ONLINE

Inicio: 15 de julio del 2024

*Gestiona el
ecosistema
digital con una
visión integral*



Programa de Especialización en Dirección de Content Management y Digital Marketing - 2º Edición

*Despierta la curiosidad,
enciende la pasión y
conquista a tu audiencia
con contenido de valor.*



Este programa es una oportunidad imperdible para los **profesionales de marketing que desean triunfar en el entorno digital en constante cambio**. En el mundo actual, el marketing tradicional ya no es suficiente, y la creación de **contenido de alta calidad** se ha vuelto vital para **atraer, retener y comprometer a los clientes**.

Este programa combina una formación integral en **marketing digital** con un **enfoque especializado en la creación de contenido**, proporcionando habilidades en escritura, diseño, SEO, análisis de datos y comprensión del comportamiento del consumidor. Al completarlo, los participantes estarán **preparados para aplicar eficazmente estas habilidades y estrategias en sus negocios**, mejorando su presencia y efectividad en el mundo digital. Una inversión en este programa es un **camino hacia el éxito y la relevancia en el mercado actual**.

**Programa
ideal
para**

Profesionales que trabajan en Comunicaciones, Marketing, Publicidad, Ventas o afines que buscan actualizar sus conocimientos en Marketing Digital y/o aplicarlo inmediatamente en su vida laboral.

Beneficios *principales*

- **Mejora tu plan de marketing digital**, con 5 horas de mentorías personalizadas.
- **Diseña y dirige un plan de marketing digital** desde la ideación, hasta la implementación y control de resultados.
- Comprende el marketing digital y sus estrategias para **crear contenido efectivo y atractivo**.
- Utiliza **herramientas digitales** para construir un negocio sostenible y fomentar su crecimiento.
- Aplica **estrategias efectivas de posicionamiento orgánico (SEO) y posicionamiento de pago (SEM)** para mejorar la visibilidad en línea.
- Ejecuta **estrategias de marketing en redes sociales**, creando contenido adaptado a cada plataforma para interactuar con la audiencia.
- Establece conexiones con **expertos y organizaciones** del ecosistema digital.
- **Certificate** a nombre de la universidad que lidera la educación superior en nuestro país.





Lidera un Proyecto de Content Management y Digital Marketing

A partir de un problema real dentro de tu organización, aprenderás a diseñar y dirigir un plan de marketing digital desde la ideación, hasta la implementación y control de resultados.

Además, serás capaz de dirigir, producir y analizar contenido atractivo y efectivo que responda a las necesidades y expectativas de los usuarios, haciendo uso de herramientas digitales y estrategias de marketing.

Asesoría con mentores expertos

Recibirás 5 horas de mentorías personalizadas para mejorar tu plan de marketing digital. Los mentores te acompañarán durante el programa y te harán seguimiento posterior a la implementación, para asegurar el logro del aprendizaje.

Aprende con Casos Reales

El aprendizaje teórico-práctico estará acompañado por la presentación de casos reales vividos por los docentes expertos.



¿Por qué
confiar
en nosotros?



Líderes
en
educación

La PUCP acreditada como
la mejor universidad en el
Perú y la mejor en
Negocios y Administración
por el QS World University
Rankings.



Con una metodología que
fusiona la **teoría y práctica**
con **casos reales** a través de:



Retos de gestión



MasterClass



Sesiones inmersivas



Pasantías



Fortalecer
tu red de
contactos



Mentoría
personalizada y
práctica



Plana docente
experta en el
área



Plana docente
calificada
internacional

Estructura del programa



Metodología
práctica

Clases virtuales
sincrónicas

Networking

1 *Fundamentos de Marketing Digital*

Unidad 1: Fundamentos de Marketing Digital y Buyer Persona **(12 horas)**

Unidad 2: Analítica Digital **(12 horas)**

Unidad 3: Plan de Marketing Digital **(12 horas)**

2 *Influencia digital*

Unidad 1: Content Marketing y Storytelling **(18 horas)**

Unidad 2: Social Media Marketing: FB, IG, Tiktok, LinkedIn **(18 horas)**

3 *Creación y Posicionamiento de Asset Digital*

Unidad 1: Proyecto Web y Experiencia de Usuario (UX) **(9 horas)**

Unidad 2: Search Marketing: SEO y SEM **(18 horas)**

Unidad 3: Email Marketing, Automation y CRM **(12 horas)**

Unidad 4: IA y Tecnologías Emergentes en Marketing Digital **(9 horas)**

5 MESES - 120 HORAS ACADÉMICAS



Módulo 1: Fundamentos de Marketing Digital

M1 FUNDAMENTOS DE MARKETING DIGITAL Y BUYER PERSONA

Es una asignatura teórico-práctica donde los participantes conocen las técnicas esenciales para la investigación de mercado a través de herramientas digitales para el análisis de tendencias de búsqueda, benchmarking y la creación de perfiles de Buyer Persona. Se exploran estrategias para entender los comportamientos y necesidades de la audiencia para poder crear campañas de marketing digital efectivas.

M1 ANALÍTICA DIGITAL

En esta asignatura teórico-práctica, los participantes aprenden a utilizar la analítica digital para medir y optimizar el rendimiento de sus estrategias de marketing digital. Se exploran temas como el seguimiento de métricas clave, la interpretación de datos y la toma de decisiones basada en datos a través de Google Analytics e informes de campañas de Meta y Google Ads.

M1 PLAN DE MARKETING DIGITAL

En este punto, los participantes aplican todo lo que han aprendido en la creación de un plan de marketing digital integral. Demostrarán sus habilidades en la creación de contenido, SEO, SEM, marketing en redes sociales, email marketing y analítica digital a través de presentaciones efectivas.

Módulo 2: Influencia digital

M2 CONTENT MARKETING Y STORYTELLING

Esta asignatura es de naturaleza teórico-práctica y se centra en la creación estratégica de contenidos digitales mediante la organización de la grilla/malla de contenidos. Los participantes podrán planificar, producir y distribuir contenido que atraiga y retenga a la audiencia, alineándose con el embudo de conversiones y técnicas como el storytelling para atraer y ser relevantes en los diferentes canales de difusión.

M2 SOCIAL MEDIA MARKETING: FB, IG, TIKTOK, LINKEDIN

En esta asignatura práctica, los participantes exploran las principales plataformas de redes sociales para el marketing. Asimismo, desarrollan estrategias específicas adaptadas a cada plataforma y descubren cómo utilizar la publicidad para potenciarlas, incluyendo el uso de Meta Ads.

Módulo 3: Creación y Posicionamiento de Asset Digital

M3 SEARCH MARKETING: SEO Y SEM

Es una asignatura de naturaleza práctica que proporciona una cobertura integral del SEO (Search Engine Optimization) y el SEM (Search Engine Marketing), centrándose en el ecosistema Google: Optimización del contenido y las páginas web para mejorar su visibilidad en los motores de búsqueda y a utilizar técnicas de marketing de pago en Google Ads (PPC) para promover sus productos o servicios en línea.

M3 EMAIL MARKETING, AUTOMATION Y CRM

Es una asignatura práctica donde los participantes exploran las estrategias de email marketing, incluyendo la creación de campañas de correo electrónico efectivas utilizando herramientas de mailing, la segmentación de listas de correo y la analítica de campañas para mejorar la eficacia de sus estrategias. Además, se aborda la gestión de las relaciones con los clientes (CRM).

M3 PROYECTO WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO (UX)

En esta asignatura teórico-práctica, los participantes comprenden la infraestructura tecnológica que compone un sitio web, su diseño y la experiencia del usuario. Asimismo, aprenderán y comprenderán cómo un diseño web efectivo puede potenciar las estrategias de marketing digital y cómo una experiencia de usuario positiva puede impulsar la participación y las conversiones.

M3 IA Y TECNOLOGÍAS EMERGENTES EN MARKETING DIGITAL

Los participantes utilizan diversas herramientas que emplean Inteligencia Artificial (IA) para la creación de contenido en formatos de texto, audio, imagen, entre otros. Asimismo, aprenden cómo utilizarla de manera óptima, impulsando la personalización y la efectividad del contenido en sus estrategias de marketing digital.



Conoce a tus docentes



JESSICA GUERRERO
Conferencista internacional
Martech

FORMACIÓN

Executive Master en Marketing y Ventas por ESADE Business School de Madrid, España.

EXPERIENCIA

Tiene más de 13 años de experiencia, ha trabajado en puestos de dirección en ventas en BBVA, Movistar y Entel. Ha sido docente de pregrado y cursos de microlearning en diferentes escuelas nacionales y en los últimos 6 años en marketing digital para su propia consultora Jg Digital. Además de ser docente en educación continua en UCAL, da formación a medida para empresas y es conferencista internacional.



ENNIO CASTILLO
Consultor en Email Mkt Automation

FORMACIÓN

Licenciado en Turismo por la Universidad de Oriente, Venezuela.

EXPERIENCIA

Ha sido docente en Marketing Digital y Email Marketing / Automation en Universidad Nacional de Mar del Plata, Universidad FASTA, Universidad Latina de Panamá, entre otras. Actualmente es Consultor Senior en Estrategias de Email Marketing y trabaja como Senior Partners and Integrations Manager en Doppler, Columnista en marketing digital en Flumarketing.com y docente en el Bootcamp de Marketing Digital del Miami Ad School en Buenos Aires, Argentina.



RICARDO VARGAS
CEO en AgencUX
Manager en
N Studio

FORMACIÓN

Magister en docencia universitaria y gestión educativa por la UTP. Bachiller en Artes, con especialidad en Diseño Gráfico por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Diplomado en Marketing digital y Negocios por internet en la Universidad Ricardo Palma. Especializaciones en UX, Scrum Master y Customer Experience - CX Design and Management en Toulouse Lautrec, UNI y Pacífico Business School respectivamente.

EXPERIENCIA

Ha trabajado como coordinador académico de innovación en Toulouse Lautrec y ha sido mentor en diversos concursos de innovación y de Laboratorio. Es docente en cursos de UX, diseño e innovación en PUCP, USIL y UCAL. Actualmente es UX Manager en N Studio y trabaja para marcas como Ripley, Divemotor, Kimberly Clark, MALI, entre otras.



ESTUARDO ESCOBAR
CEO de Amik
Group

FORMACIÓN

Cuenta con una Maestría en Marketing Digital y Comercio Electrónico por OBS School de Barcelona, España y, también, un Diplomado en Marketing Digital en USIL Business School Miami.

EXPERIENCIA

Fue coordinador de Marketing en empresas como GMD - Grupo Graña y Montero, Grupo Rockys, Triada y Supermercados Peruanos. Actualmente es CEO de Amik Group, agencia Crossmedia y es docente de educación continua en Toulouse Lautrec.



**CARLA PAOLA
RUIZ**
Consultora
Internacional de
Cosmética y Marketing

FORMACIÓN

Máster en Marketing Digital (EUDE - España).

EXPERIENCIA

Actual directora regional de marketing y comunicaciones de Framesi Italia para 14 países de Latinoamérica. Como consultora de Cultura creativa ha trabajado en más de 15 diferentes industrias y organismos internacionales como la OIT (ONU), diseñando y facilitando actividades para 30 países de América Latina y El Caribe. 7 años de experiencia docente en Marketing, Creatividad e Innovación en licenciaturas, diplomados, masters, capacitaciones In-Company y startups en escuelas de negocios en Perú y Centroamérica. Conferencista internacional.



MELISSA ROSSEL
Jefa de Marketing
Digital en Visiva

FORMACIÓN

Magister en Marketing y Comunicación Digital por la UPC. Bachiller en Ciencias de la Comunicación por la Universidad San Martín de Porres. Especialización en Marketing Digital por Toulouse Lautrec.

EXPERIENCIA

Mentora de StarUPC. Tiene más de 9 años de experiencia en estrategia y gestión de campañas de marketing digital. Ha trabajado como Key Account Manager en Axon, Product Manager del Banco Ripley y actualmente dirige el área de Marketing Digital de Educación Continua en el holding de educación de Enfoca. En este último rol lidera la agencia digital inhouse conformada por analistas digitales, traffickers y community managers; y además es docente de cursos especializados de Marketing Digital en Educación Continua de Toulouse Lautrec.



*Desarrolla una mentalidad estratégica
para la toma de decisiones efectivas en
entornos digitales complejos*

INICIO:

15 de julio de 2024

FINALIZACIÓN:

12 de diciembre de 2024

MODALIDAD:

Online

HORARIO:

Lunes y Miércoles de 7 p.m a 10 p.m.

INVERSIÓN:

S/ 6,900

DESCUENTO DE PREVENTA

20% de descuento por pago al contado

S/ 5,490 hasta el 15 de junio

Pago sin intereses con tarjetas BBVA y Diners Club**BBVA**

Usando tarjetas de crédito o débito BBVA (Visa o Mastercard)
Hasta en 3, 6 o 9 cuotas

**Diners
Club**

Usando tarjetas Diners Club. Hasta un máximo de 12 cuotas

FINANCIAMIENTO*

15% de descuento por financiamiento

S/ 5,860 hasta el 15 de junio

*La PUCP ofrece diversas opciones de financiamiento. Consulte con su asesor para más información.
Se aplican términos y condiciones

CONTACTO:

Teléfono: [+51 17483555](tel:+5117483555)

Correo: educacion.continua@pucp.edu.pe

[Clic para hablar por WhatsApp](#) 

[¡Inscríbete aquí!](#) 