



Gestión del Marketing Digital

EDUCACIÓN
CONTINUA
UNIVERSIDAD DE LIMA





Domina las plataformas digitales y genera valor

El marketing digital es un ingrediente necesario en la ejecución del plan de marca de todo negocio, debido principalmente a su impacto sobre los consumidores. Saber gestionarlo es, en ese sentido, obligatorio, pues permite aprovechar de manera correcta las oportunidades a favor del negocio. Las plataformas digitales, en especial las sociales, son un canal habitual en la vida de nuestro *target*, el reto pasa por intervenirlos de manera natural y, de esa manera, persuadir a los consumidores de que incluyan las marcas en sus preferencias al momento de la compra. Ocurre que el *e-commerce* ha acelerado en el mercado la oportunidad de negocio a tal punto que hoy se afirma que el minuto cero de la compra ya no está en las góndolas o en las calles, sino en digital; por ello, es ahí donde debe complementarse una sólida estrategia de marketing.

Dicho escenario explica la necesidad de las empresas por encontrar profesionales que generen un aporte sustancial en sus estrategias a través de plataformas digitales. Respondiendo a esos nuevos retos, la Universidad de Lima presenta el programa de Gestión de Marketing Digital, que proporciona un enfoque integral mediante conocimientos, casuística, herramientas y talleres que permitirán al participante desarrollar las habilidades con las cuales podrá contribuir significativamente en las estrategias digitales de las marcas, sumándole valor y enfoque a su experiencia, así como para convertirse en gestores dentro de sus respectivas organizaciones.

¿Qué distingue a nuestro programa?

- 1 Respaldo académico y metodológico de la Facultad de Administración de la Universidad de Lima, cuyas carreras están acreditadas internacionalmente por el Instituto Internacional para el Aseguramiento de la Calidad (IAC).
- 2 180 horas lectivas que se combinan con clases magistrales, desarrollo de casos y ejercicios prácticos. Asimismo, asesoría permanente de la plana docente durante el desarrollo del programa.
- 3 Plan de estudios respaldado por la Facultad de Administración de la Universidad de Lima y diseñado para brindar al estudiante competencias necesarias que le permitan aplicar conocimientos actualizados para la gestión de estrategias digitales de las marcas en sus respectivas organizaciones.
- 4 Plana docente altamente competitiva y de gran experiencia, conformada por profesionales de primer nivel en el mundo digital, provenientes de agencias digitales, centrales de medios y líderes de opinión.
- 5 Enfoque metodológico práctico e interactivo, basado en la aplicación de aspectos conceptuales en la solución de casuística de la realidad actual.
- 6 Charlas maestras a cargo de profesionales top, líderes de opinión en áreas específicas del mundo digital. Estos invitados compartirán su aprendizaje digital y experiencias en cada una de las asignaturas.
- 7 Diploma Especializado en Competencias (PEC) en Gestión del Marketing Digital, otorgado por la Facultad de Administración de la Universidad de Lima.
- 8 Acceso a los recursos de información que ofrece nuestra biblioteca (una de las más modernas de Latinoamérica) en sus diferentes modalidades: impresos, electrónicos y audiovisuales. Los estudiantes podrán ingresar virtualmente a la revista *Interactiva Digital* (España) durante el tiempo que dure el programa.
- 9 Infraestructura física, tecnológica y de recursos educativos de clase mundial.
- 10 Horario ejecutivo y acceso a la bolsa de trabajo de la Universidad (Ulima Laboral Online), servicio de publicación de vacantes utilizado por más de 5.000 empresas asociadas para el reclutamiento de su personal.



Dirigido a

Ejecutivos, gerentes y analistas de marketing, ejecutivos de cuenta en agencias de publicidad, planners, community managers, gerentes de empresas emprendedoras que quieran incursionar en las redes sociales, publicistas, comunicadores y todas las personas relacionadas con el crecimiento de una marca que quieran intervenir en las decisiones de los procesos de gestión digital.

Objetivos específicos

- Gestionar una estrategia de marketing digital.
- Aplicar conocimientos actualizados y tendencias para resolver un problema de negocio a través de plataformas digitales.
- Discernir el orden y el enfoque correcto de todas las oportunidades digitales de la marca.
- Crear un equipo de marketing digital para cumplir los objetivos de las marcas.
- Aplicar correctamente los aportes de la plataforma digital a favor del negocio.
- Crear un plan de marketing digital que se integre al plan general de marketing y articule todas las iniciativas digitales.

Contenido

El programa comprende dos módulos y ocho asignaturas, con un total de 180 horas lectivas:

MÓDULO I	Fundamentos del Marketing Digital	15 horas
	Gestión de Social Media y Reputación Online	24 horas
	Estrategia de Contenidos y Creatividad Digital	18 horas
	Planificación y Publicidad en Medios Digitales	27 horas
MÓDULO II	Analítica Digital: Midiendo y Analizando Resultados	27 horas
	Ecommerce y Mobile	24 horas
	Plan de Marketing Digital	24 horas
	Taller de Marketing Digital	21 horas
TOTAL		180 horas



Metodología

La metodología teórica y práctica del programa considera los siguientes aspectos:

- Un grupo de conocimiento, a través de un espacio digital (un grupo de Facebook: alumnos + docentes) para compartir información y conocimiento, y para incentivar el debate.
- Una plana docente conformada por especialistas con una experiencia mayor a diez años en la categoría digital, y que comparten la actividad académica con la práctica profesional.
- Exposiciones de alto contenido en las que se propicia el diálogo y el intercambio de experiencias entre el profesor y los participantes, así como el desarrollo de trabajos de aplicación.

Certificación

Los alumnos que hayan aprobado satisfactoriamente todas las asignaturas del programa especializado y asistido regularmente a clases, de acuerdo con lo estipulado por el Reglamento de Estudios del Centro Integral de Educación Continua, obtendrán el Diploma Especializado en Competencias en Gestión del Marketing Digital, otorgado por la Facultad de Administración de la Universidad de Lima.

Sistema de evaluación

La nota final de cada asignatura se obtendrá del promedio ponderado de las notas que conforman la tarea académica (controles de lectura, trabajos prácticos, desarrollo de casos) y el examen final. La nota final del programa de especialización se obtendrá del promedio ponderado de las notas de cada asignatura.



Plana docente



Lorena Berckholtz Lira

Directora de estrategia y creatividad para la agencia digital Inquba Ariadna. Más de siete años de experiencia a cargo del desarrollo de marca de cuentas importantes tales como Toyota, Bimbo, LG, París, Promart, Daihatsu, Chopp Backus, Chilis, Chicha por Gastón Acurio, Tanta, Aeropuertos Andinos del Perú, Real Plaza, iplace, Claro, Scania, Kuna, Avianca, Peruvian Airlines, entre otras. Actriz y codiseñadora de línea de accesorios de la marca Indie.gena. Publicista por la Universidad Católica de Santa María (Arequipa).



David Cruz Roncal

Consultor independiente de estrategia digital. Más de doce años de experiencia en el sector de servicios y gestión de negocios de tecnología de información para empresas líderes a nivel mundial en tecnologías de información, comercio electrónico y telecomunicaciones como IBM del Perú y Telefónica del Perú. Tuvo a su cargo la implantación de iniciativas de comercio electrónico de Visa y Mastercard, tanto en Perú como en varios países de América Latina. Es ingeniero informático. Magíster en Administración de Empresas con mención en Alta Dirección de la Universidad ESAN.



Ronald de La Cruz Cachay

Comunicador social especializado en publicidad y marketing. Actualmente, es socio y Chief Operating Officer de Performance, central de medios digital de Grupo PI Latinoamérica, dedicado a la planificación de medios online, analítica web y manejo de plataformas publicitarias como Google Adwords, Facebook, Twitter, Youtube y RTB (Real Time Bidding). Amplia experiencia en la administración de marcas regionales como ESAN, Toulouse Lautrec, HUAWEI, Casa Andina, Plaza Vea, Grupo El Comercio, entre otros. Docente en la Universidad San Martín de Porres y en ISIL.



Marco Muñoz Carranza

Director general de Atomikal, con más de diecisiete años de experiencia en el mercado digital. Ha liderado campañas para el posicionamiento de marcas importantes tanto en el Perú como en el extranjero, entre las que destacan: PromPerú, Mincetur, Claro, Kraft, Belcorp (Esika, Lbel, Cyzone), Coca Cola, Saga Falabella, Unilever (Axe, Sedal, Dove, Clear), Backus SabMiller, Nike, New Balance, Grupo Interbank, United International Pictures, Jockey Plaza, Perfumerías Unidas, entre otras. Tiene un posgrado en redes sociales en España y es profesor, expositor y consultor en temas de innovación y estrategias de campañas para proyectos digitales.



Freddy Kamt Ganoza

Commercial Director of Digital Services en Bumeran.com. Más de 15 años de experiencia de gestión en las áreas de e-commerce, estrategia on line, analítica web, e-business, gestión de la innovación, key account management en empresas importantes como Laborum Perú, Mapfre Perú, Manuchar (empresa belga dedicada a la venta de accesorios industriales para la industria cementera), Banco de Crédito y Editorial Marfil. Asimismo, ha sido Project Manager en proyectos relacionados con mejora de procesos, experiencia del consumidor, creación de productos y servicios, desarrollo de estrategias on line, incubadoras de startups digitales, balance score card y business intelligence en España, Colombia, Perú y Ecuador. Docente de posgrado en la Escuela de Administración de Negocios ESAN y Pontificia Universidad Católica del Perú. Ingeniero industrial por la PUCP. Magíster en marketing digital y e-commerce por la Universidad de Barcelona.

Plana docente



Óscar Saldaña Núñez de la Torre

Director regional de planificación en el Grupo Ingenia. Más de dieciocho años de experiencia en el desarrollo de estrategias digitales para marcas como Interbank, ESAN, Universidad del Pacífico, Casa Andina, Huawei, Backus, Chili's, KFC, Divemotor, entre otras. Conferencista internacional en marketing digital, innovación tecnológica y gestión del conocimiento. Ha sido docente en la Universidad Nacional de Ingeniería, Universidad San Ignacio de Loyola, Universidad de Ciencias y Artes de América Latina, Universidad Femenina del Sagrado Corazón y el Instituto San Ignacio de Loyola. Ingeniero industrial por la Universidad Nacional de Ingeniería, con posgrado en Analítica Web y Técnicas de Análisis (IEBS), cursos de Branding (ESAN) y Neuromarketing (Universidad San Francisco Xavier).



José Simón Muck Villavicencio

Publicista especializado en estrategia digital. Socio fundador de Red Thread, firma de estrategia creativa. Lideró el área digital de Circus GREY desde el 2010 para crear unidad interactiva de la agencia, y logró ganar con una campaña digital el primer EFFIE Oro del Perú en la categoría Servicios Financieros para el BCP el año 2012. Ha sido director de innovación y estrategia digital, manejando cuentas como San Fernando, Claro, Backus, BCP, entre otras. Además de blogger, es autor de un libro de paternidad y speaker en temas de innovación y estrategia digital en múltiples foros profesionales.

CHARLAS MAGISTRALES

Javier Albarracín Valdivia | CEO Quántico Trends SAC. / Inventarte.net

Se desempeñó como consultor sénior de estrategia de negocios en Perú y Brasil. Ha sido miembro de la Junta directiva del IAB Perú. Organizador del evento Blogday! en Lima desde 2006. Fundador de Inventarte.net, empresa creadora de Quántico Trends, el sistema de monitoreo de redes sociales, los directorios web Blogalaxia, Perublogs.com, la comunidad de blogs de mujeres Mujeractiva.com y el juego Crazy Combi. MBA por Incae Business School (Costa Rica). Administrador de Empresas por la Universidad de Lima.

Rodrigo Echevarría Gorriti | Head of Industry at Google Peru

Sólida experiencia internacional y extensa trayectoria de logros en estrategias de marketing, gestión de marca, satisfacción del cliente y ventas en Google, Phatasia (Tribal DDB Perú), Telefónica y Nextel. Ganador de premios internacionales (Círculo de la Excelencia Nextel Internacional) en 2004 y 2003 al mejor rendimiento en Comunicación de Marca y al excelente rendimiento de comunicaciones corporativas en las operaciones internacionales. MBA por IESE Business School (España) y administrador de empresas por la Universidad del Pacífico.

Miguel Rodríguez Vivar | Director Creativo Sr. Burns

Más de veinte años de experiencia en la dirección creativa, trabajando campañas para marcas importantes tales como Gillette del Perú, Celima, Volvo, Peugeot, Alicorp, Mc Donalds, Industrias Vencedor, Liga Peruana de Lucha Contra el Cáncer, Procter & Gamble, Bodegas Tabernero, Grupo RPP, La Positiva Seguros, Unique. Ganador de premios de oro, plata y bronce en festivales nacionales e internacionales. Hace ocho años ingresa al negocio digital liderando iniciativas para grandes marcas. Egresado del Instituto Peruano de Publicidad.

Plana docente

Alejandro Salem Fatule | Director de proyectos de comunicación en Mambo

Empezó a trabajar en comunicación digital como community manager de prominentes marcas peruanas como Bambos, donde una estrategia digital basada en la interacción orgánica e irreverente hizo de la marca un referente en el rubro. Con Mambo, hoy trabaja en proyectos de transformación digital y comunicacional para empresas líderes como Scotiabank, Movistar y Sura, en los que trata de humanizar la relación entre las empresas y sus usuarios a través de la empatía e innovación. Psicólogo de profesión.

Óscar Reyes Acosta | Consultor adjunto UX en Ingenia

Más de diez años de experiencia en proyectos de innovación y diseño de productos y servicios. Ganador de diversos premios como el Red Dot Design Award 2009 en la categoría de concept design. Dedicado al estudio e implementación de metodologías de Ux y C.R.O para diversas instituciones como Interbank, ESAN, Petroperu, Sony, Universidad de los Andes, Cámara de Comercio de Bogotá, entre otras. Maestría en Diseño Industrial en el Instituto Europeo de Diseño. Maestría en Ciencias en Ingeniería de Diseño de la Universidad tu Delft de Holanda.

Sebastián Ossés Norambuena | Director de Continuum Perú



Más de seis años de experiencia diseñando productos digitales. Experto en metodologías de etnografía e investigación de usuarios. Mentor UX en Wayra Perú. Actualmente, es cofundador, director y Lead UX de Continuum Perú. Trabajos previos en FAO, ProChile y proyectos independientes vinculados a startups y a la música. Sociólogo especializado en diseño de experiencias de usuarios. Ganador de varios galardones como Premio WOW 2010 (primer lugar) - Líder en Social Media (Chile), MTV Latinoamérica (primer lugar) - Artistas Nuevos (Chile).

COORDINADOR ACADÉMICO



Antonio Rojas Delgado

Director ejecutivo y socio de la agencia digital Inquba Ariadna Perú, que forma parte del *holding* Ariadna Holding Group con presencia en catorce países de la región, y que contribuyó a la madurez digital de marcas como Bambos, Nextel, Mapfre, Chopp Backus, Promart, Bimbo, Braedt, Porta, Tiendas por departamento París, Toyota Perú, entre otras. También es socio de la central de medios digital La Mediática. Más de 16 años de experiencia en la industria digital. Complementó su carrera con cursos de publicidad y planeamiento de marcas en la Escuela de Creativos en Argentina. *Speaker* en diversos seminarios locales, ha escrito más de treinta artículos de opinión en publicaciones relacionadas con la industria digital.

Nota:

Los profesores que por algún imprevisto no puedan asistir a las sesiones programadas serán reemplazados oportunamente por docentes de similar perfil académico y profesional.

Requisitos

- Acreditar dos años de experiencia laboral como mínimo en el área de marketing o comunicaciones.

Proceso de admisión

El postulante deberá presentar los siguientes documentos:

- Solicitud de admisión dirigida al director del CIEC.
- Ficha de datos del alumno (preinscripción en línea a través de www.ulima.edu.pe/ciec).
- Currículum vitae no documentado.
- Copia simple del DNI.
- Documento que acredite una experiencia laboral de dos años como mínimo.
- Una fotografía a color tamaño pasaporte y en fondo blanco (sin anteojos, con vestimenta formal).
- Declaración jurada en la que se manifieste el cumplimiento de todos los requisitos para postular al programa y la aceptación del retiro en caso de que se compruebe la invalidez de alguno de los documentos presentados.

Proceso de selección

- Evaluación del currículum vitae no documentado.
- Entrevista personal (de ser necesario).

Renato Ramos
Applications Manager - Oracle Peru
Egresado del Programa 2015



"Elegí este programa por el excelente currículo, la experiencia de los docentes y la combinación teórico-práctica de la metodología ofrecida. Todas esas ventajas me permitieron adquirir un mayor conocimiento de las herramientas digitales disponibles. Además, gracias al programa he desarrollado las habilidades necesarias para diseñar e implementar las estrategias digitales que agregan valor a los negocios".



Consulte sobre nuestro sistema de programas y cursos In House en ciecinhouse@ulima.edu.pe

**IN
HOUSE**

Informes e inscripciones

Centro Integral de Educación Continua (CIEC)

Av. Javier Prado Este Nro. 4600, Urbanización Fundo Monterrico Chico.

Santiago de Surco. Lima. Edificio H, tercer piso

Teléfono 437 6767 anexo 30125

ciecinformes@ulima.edu.pe