



Pacífico
Business School

Programa en

Estrategias de Marketing Digital

Visión integral de Ecosistemas, Big Data, IA y Transformación digital

www.pbs.edu.pe

Socio Académico



AGENCIA GANADORA
DE ECOMMERCE
AWARD PERÚ 2020



NUEVOS MERCADOS,

NUEVAS OPORTUNIDADES

Las oportunidades que brinda el ecosistema digital han revolucionado la forma en que las organizaciones generan valor. Por eso, el entendimiento de las tecnologías de la información y el enfoque analítico de las posibilidades que brinda hoy el internet deben formar parte de las competencias de toda estrategia de marketing y ventas.

Atendiendo esta realidad, Pacífico Business School ofrece el Programa en Estrategias de Marketing Digital, una formación exclusiva basada en las tendencias y estrategias surgidas a partir de la eclosión de escenarios virtuales.

Desde el perfil del nuevo consumidor hasta la transformación de la experiencia de consumo, el programa plantea respuestas para asumir una gestión de alta repercusión para el éxito de bienes y servicios diversos.

La proyección global de nuestra escuela, junto a una trayectoria reconocida en la formación en negocios, convierten a este programa en una gran oportunidad para alcanzar un upgrade en la carrera de cada participante.

Pacífico Business School

Nuestros

DIFERENCIALES



CONVALIDACIÓN DE CURSOS

Al culminar el programa con éxito, tendrás la opción de convalidar los cursos de 1) Ecosistemas Digitales y Publicidad Digital y 2) E-Commerce de la Maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial de Pacífico Business School*

APRENDIZAJE PRÁCTICO Y APLICABILIDAD

Buscamos llevar la realidad empresarial al aula. La metodología de enseñanza está centrada en el análisis de casos reales, vinculados con los desafíos que plantean hoy el marketing y las comunicaciones digitales

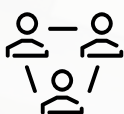


DESTACADOS DOCENTES ESPECIALIZADOS

Contamos con un equipo académico de destacados profesionales con experiencia empresarial local e internacional en cada disciplina del marketing digital, dispuesto a compartir contigo sus casos, técnicas y lecciones aprendidas en su práctica profesional

FORMACIÓN ESPECIALIZADA Y ACTUALIZADA

El programa brinda conocimientos estratégicos y tácticos enfocados en las últimas tendencias del entorno digital pudiendo así, los participantes aportar un valor diferencial a sus organizaciones



PARTICIPACIÓN EN Q&As

Conferencias con gerentes y CEO de las principales empresas del Perú que han pasado por el proceso de transformación digital en sus organizaciones

[*]La convalidación es académica y se hará efectiva siempre y cuando el alumno haya obtenido el diploma del programa con el cumplimiento de los requisitos de asistencia y notas. Asimismo, debe aprobar el proceso de admisión de la Maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial de Pacífico Business School.

PROGRAMA EN

Estrategias de Marketing Digital

Visión integral de Ecosistemas, Big Data, IA y Transformación digital

Otorgado por Pacífico Business School



Certificación: Los participantes que acrediten el 80% de asistencia al Programa, la asistencia al 50% de las sesiones de cada curso, la aprobación de todos los cursos con una nota mínima aprobatoria de once (11), un promedio final mínimo de catorce (14) en el programa y, además, no presenten deudas con la Universidad; recibirán el Diploma del Programa y el Certificado de Notas, en formato digital, emitido por Pacífico Business School.

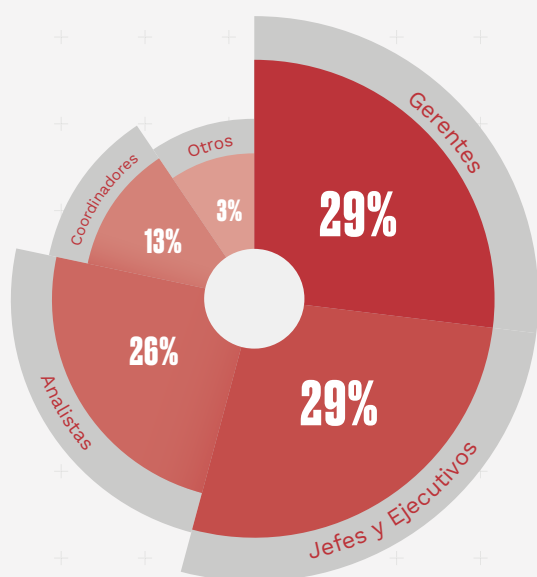
UN ESPACIO DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA

El programa ha sido diseñado para profesionales a cargo de áreas administrativas, ventas o de marketing responsables de elaborar planes y estrategias de mercado de los productos o servicios que ofrecen.

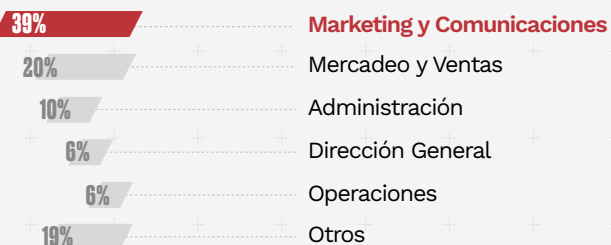
También va dirigido a profesionales de Marketing que deseen consolidar sus conocimientos con una visión estratégica y más holística de su especialidad, así como profesionales de otras especialidades que deseen comprender los principales conceptos de marketing digital para aplicarlos ya sea en nuevos proyectos o emprendimientos, o en su performance laboral.



Nuestros estudiantes se desempeñan como:



Trabajan en las siguientes áreas:



Son:



VISIÓN ESTRATÉGICA APLICADA PARA UN **MUNDO CONECTADO**

Un modelo curricular eminentemente práctico, que tiene como propósito la elaboración de un plan de marketing digital integrado a los objetivos comerciales de tu empresa.

Se pone énfasis en la importancia de herramientas de análisis de data, que miden el impacto de las acciones digitales. Además, se desarrolla un módulo de E-Commerce que brinda a los participantes las habilidades para orientar sus esfuerzos de comercialización de productos en línea.

MALLA CURRICULAR

1

Arquetipos y
Customer
Journeys

2

E-Commerce y
Marketplaces

3

Canales, Ecosiste-
mas y Plataformas

4

Analítica Digital,
Big Data e IA

5

Marketing Agile
y Martech

6

Transformación
Digital

7

Q&A de Estrategia
Digital & E - Commerce

NUESTRA MALLA CURRICULAR

1

Arquetipos y Customer Journeys

A través de este workshop los participantes aprenderán cómo co crear una estrategia digital utilizando las siguientes técnicas: Mapa de Empatía, Personas, Customer Journey Map, Lienzo de Propuesta de valor, Service Blueprint.

- Modelos de Negocios Digitales y Business Model Canvas.
 - Design Thinking (I) El Job to be Done y El Mapa de Empatía.
 - Design Thinking (II) El Customer Journey.
 - Design Thinking (III) Propuesta de Valor.
 - Ecosistema Digital.
-

2

E-Commerce y Marketplaces

Se aprenderá el proceso a seguir para desarrollar un plan de comercio electrónico que se adapte al entorno actual. Se considerarán tanto las opciones de tener un e-commerce propio, así como participar en marketplaces o construir uno para su organización.

- Nuevo consumidor y Marco estratégico del E-Commerce.
- Modelos de Negocio y Ecosistema Digital: Long Tail, Marketplace, Economías de escala.
- Omnicanalidad: User experience del cliente digital, procesos – blue print, tecnología del canal digital (cómo elegir y funcionalidades).
- El proceso del E-Commerce y Marketplace: Logística gestión de inventarios y operación, importancia del delivery, barreras y retos.
- El proceso del E-Commerce y Marketplace: Atención al cliente multicanal, medios de pago (off line, híbridos y prevención de fraude) y fundamentos de ciberseguridad.
- Analítica y Data Driven: KPIs de negocio y alineamiento al planeamiento estratégico, perfilamiento y clusters de clientes, acciones de atracción, retención y desarrollo de clientes, pricing y revenue management. Plan de medios multicanal. KPIs y performance de comunicación digital.

3

Canales, Ecosistemas y Plataformas

En este curso se analizará cómo definir una estrategia integral a partir de los objetivos a alcanzar:

Aumento de ventas, generación de prospectos y/o branding. Así mismo se revisarán las estrategias de canales en casos locales e internacionales.

- Tecnología como aliado: Definiciones, proceso de Marketing Digital – Marketing Ágil, Automatización y Tecnologías de Marketing, Martech y Ecosistema Digital.
 - Martech Landscape & Framework: Data sobre uso de tecnología, Martech Landscape de Scott Brinker, Clusters de Capacidades Digitales. Diagrama de Lógica de Marketing Stack.
 - ¿Cómo armar un Stack?: Definición de objetivos, mapeo de grupos de interés, ejemplo Clusters de capacidades, diagrama lógico. Criterios y matriz de elección.
 - Herramientas y plataformas más comunes: Fuentes de información expertas, ejemplo de herramientas y plataformas por cluster, casos prácticos.
 - Nuevas oportunidades y tendencias: Tecnología Marktech en la era digital.
-

4

Analítica Digital, Big Data e IA

La mayoría de organizaciones cuentan con datos en silos. En este curso se aprenderá cómo crear una estrategia para manejar los datos de forma centralizada, uniendo tanto los datos de sus activos digitales como la data interna de la organización y la de proveedores externos.

- La importancia de la información en los negocios, revisión de casos prácticos.
- Frameworks para definir una correcta estrategia de los datos con el negocio.
- Quick wins.
- Herramientas para las estrategias de datos:
 - Tecnología: Big data, Cloud, tool box de herramientas.
 - Procesos: Data governance, data quality.
 - Personas: Roles y responsabilidades.
- Tendencias tecnológicas emergentes.

5

Marketing Agile y Martech

En este curso se analizará qué se debe tomar en consideración a través de frameworks de evaluación, al momento de definir su estrategia de personal externo o interno. Así mismo la estrategia a utilizar para elegir proveedores y tecnología.

- Ecosistema Digital: Paid, Owned y Earned (Medios Pagos, Propios y Ganados). –POEM. Proveedores en Perú. Servicios y estructura de proveedores. Evolución Tech y Mapa de empresas en el Ecosistema Digital.
- Nuevas Necesidades de Negocio: Estructuras organizacionales en marketing digital.
Descripción de Puestos de trabajo en Marketing Digital. Metodologías Ágiles. SEM & SEO, conceptos y diferencias. UX & UI, implicaciones y sinergias.
- E-Commerce: Tecnología y Procesos. Datos y el Funnel de inversión. Proveedores. Diferencias entre B2B y B2C.
- Criterios de Selección: Proveedores, Talento humano, Brief para proveedores, caso para selección de un colaborador en marketing.
- Martech y CX: Mapeo de Experiencias del Consumidor. Tecnologías para marketing (Martech). Consideraciones para Martech en proveedores. Invitado de Martech: aplicación de los servicios que pueden prestar a las empresas.

6

Transformación Digital

El futuro de nuestras organizaciones va a ser la combinación efectiva de personas con soluciones de automatización y de inteligencia artificial (IA). En este curso se analizarán casos locales e internacionales del futuro del trabajo y cómo las organizaciones en diferentes sectores están gestionando su transformación digital.

- Evolución digital: Evolución del marketing, conceptos e importancia de la transformación digital, Framework del Journey de transformación digital.
- Transformación digital en el sector banca: Transformación Digital y Modern Marketing.
- Transformación digital en el sector seguros: Análisis de casos.
- Transformación digital en el sector alimentos y bebidas (retail, ecommerce, D2C): Análisis de casos.
- Transformación digital en el sector salud: Análisis de casos.
- El futuro del trabajo y empresas: Análisis de casos.

MÁS QUE PROFESORES, REFERENTES DEL **MARKETING** Y LA **INNOVACIÓN DIGITAL**



DANIEL
FALCÓN

FUNDADOR Y GERENTE EN NEO CONSULTING

Más de 20 años de experiencia en consultoría y estrategia digital, trabajando con clientes de los sectores banca, seguros, retail, consumo masivo, entre otros. Contribuye con columnas de opinión para Semana Económica, El Comercio y Gestión. Certificado en Strategic Data-Driven Marketing y Consumer Insights por Kellogg School of Management. Master en Psicología Organizacional, Universidad Ricardo Palma y Administrador por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.



JUAN JOSÉ
DUFFOO

DIRECTOR COMERCIAL Y DIGITAL CORPORATIVO DE CINEPLANET

Ha sido Gerente de Negocio Clasificados y Portales Transaccionales (Urbania, Aptitus, Neoauto) y Gerente de Ventas de Publicidad del Grupo El Comercio. Cuenta con amplia experiencia en desarrollo comercial, gestión de ventas, desarrollo de productos, E-Commerce, marketing digital, publicidad; y formó parte del Comité de Comercio Electrónico - IAB Perú. Postgrado en Marketing On Line por la Universidad de Barcelona. MBA por la USIL, con estudios de especialización en Programa de Dirección Comercial del PAD de la Universidad de Piura. Economista por la Universidad Ricardo Palma.



COLOMBA
DE LA PIEDRA

GERENTE DE MARKETING E-COMMERCE Y DIGITAL PERFORMANCE HEAD

Ha sido Gerente de Publicidad y Adquisición Digital en Scotiabank Perú, Directora Asociada de Medios Digitales en Yanbal International (Unique S.A.), Subgerente LAN.com y Jefe de LAN.com y Estrategia Digital. Cuenta con amplia experiencia en marketing digital y comercio electrónico. Tiene estudios en Administración de Empresas en la Universidad del Pacífico, Especialización en Marketing en Programa de intercambio Estudiantil en Uppsala University.

Nos preocupamos por formar una plana docente experta. Un equipo que combina dos fortalezas fundamentales: experiencia en la práctica académica y una posición consolidada en el rubro empresarial, con logros en el desarrollo de proyectos comerciales en entornos digitales.

COMITÉ CONSULTIVO:

Christopher Andrade

Lider de Tribu Digital. Rimac Seguros

Gonzalo Begazo

Co - Founder & CEO Chazki - Endeavor Entrepreneur

Rafael Lemor Ferrand

Tribe Leader - Ventas Digitales/Marketing Digital en Banco de Crédito BCP



MILAGROS
SÁNCHEZ - MORENO

**GERENTE DIGITAL Y CRM EN
ARBOTT LABORATORIOS**

Ha sido Product Owner de Rentabilidad y Cross-Selling, Product Manager Property & Casualty y Product Owner de Ecosistema Smart Home en Rimac Seguros y Reaseguros, Jefe de Productos Digitales, Jefe de Producto de Audiencias y Jefe de Email Marketing en el Grupo El Comercio. Con amplia experiencia en marketing, innovación, gestión de proyectos y desarrollo de productos online y offline, en la industria de medios de comunicación, publicidad y seguros. Bachiller en Administración de Empresas de la Universidad del Pacífico con especializaciones en Estrategias de Marketing Digital por Kellogg Executive Education y Pacífico Business School. Certificaciones en Innovación Aplicada, Growth Marketing y Lean Startup.



LUIS
LÉVANO

**LEAD DATA SCIENTIST DE FALABELLA
CORPORATIVO ESPECIALISTA EN
MARKETING Y TRANSFORMACIÓN
DIGITAL**

Certificado en Google Analytics. MBA, Universidad Internacional de Andalucía y de la San Ignacio Business School Miami. Ingeniero de Tecnología de la Información, Universidad San Ignacio de Loyola.



Pacífico
Business School

RECONOCIDA

POR LAS PRINCIPALES ACREDITADORAS DEL MUNDO



SOLO 7 ESCUELAS ACREDITADAS EN EL MUNDO

Acreditados por la BGA, asegurando calidad, mejora continua y prácticas de gestión responsable al nivel de las escuelas de negocios líderes del mundo.



Somos la primera escuela de negocios en el Perú acreditada por AMBA, quien avala la excelencia académica de nuestro programa.



Somos la primera universidad del país en ser acreditados a nivel de pregrado y posgrado por esta prestigiosa asociación.

NOVIEMBRE' 2021

INFORMACIÓN CLAVE ↘

INICIO

30 DE NOVIEMBRE

REQUISITOS

- GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER
- EXPERIENCIA PROFESIONAL MÍNIMA DE 3 AÑOS
- EXCEL INTERMEDIO
- INGLÉS INTERMEDIO (LECTURA)

DURACIÓN

5

MESES APROXIMADAMENTE

FRECUENCIA

SEMANAL

Martes y Jueves

7:00 P. M. A 10:00 P. M.

INVERSIÓN

S/ 12,600

MODALIDAD

REMOTA

Informes

Jr. Sánchez Cerro n° 2098
Jesús María — Lima
+ 511 219-0101 / +511 219-0158
programas@up.edu.pe



www.pbs.edu.pe

SOCIO ACADÉMICO



Una vez efectuado el pago de la matrícula, no se podrá solicitar la devolución por este concepto. El dictado de clases del programa académico se iniciará siempre que se alcance el número mínimo de alumnos matriculados establecido por Pacifico Business School.

Iniciadas las clases, la participación es personal e intransferible.