

PROGRAMA ESPECIALIZADO EN
**GROWTH
MARKETING**



INICIO: 18 de marzo



DURACIÓN:

90 horas



MODALIDAD:

Virtual
sincrónica



HORARIO:

Martes y jueves
7:00 p. m. a 10:00 p. m.



CERTIFICACIÓN:

A nombre de la Escuela
de Posgrado USIL

**CONFERENCIA
INTERNACIONAL**

Marketing automation.

Descripción del programa

Adquiere habilidades clave para diseñar estrategias digitales efectivas y sostenibles en entornos omnicanales. En este programa, aprenderás a analizar el comportamiento del consumidor digital, implementar estrategias *Full Funnel* basadas en OKR y gestionar métricas que optimicen el rendimiento de tu organización. Con un enfoque práctico, estarás preparado para liderar proyectos que abarquen desde la captación de clientes hasta su fidelización.

Destaca como un profesional esencial para agencias, grandes empresas y startups en el dinámico y competitivo universo del *Growth Marketing*.





Serás capaz de

1

Gestionar la innovación disruptiva y entender cómo las plataformas han impactado en las organizaciones y los negocios.

2

Diseñar una estrategia para marcas con valor omnicanal.

3

Diseñar una estrategia de *growth marketing* desde el concepto de *marketing analytics*.

4

Proponer estrategias de adquisición, crecimiento y experiencia del cliente, considerando las principales plataformas del ecosistema digital.

5

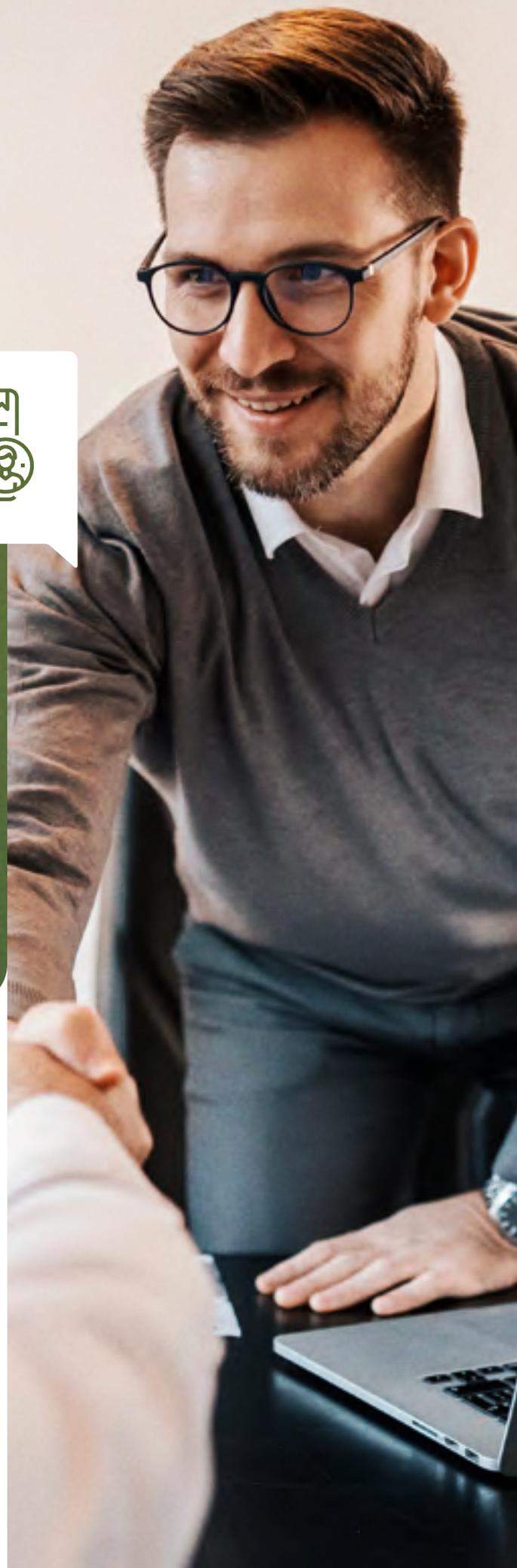
Desarrollar estrategias de repercusión integral para su organización, negocio en marcha o idea de negocio orientadas a la propuesta de valor de la marca.

Perfil del participante

Dirigido a directivos, gestores, analistas, profesionales de marketing y emprendedores que buscan mejorar sus habilidades en *Growth Marketing* y adquirir conocimientos en estrategias de transformación y crecimiento digital para generar nuevas oportunidades de negocio.

Requisitos de admisión

- ▶ Copia o foto de DNI (ambos lados).
- ▶ Ficha de inscripción.
- ▶ Acuerdo de matrícula.
- ▶ Experiencia laboral mínima de un año.



Skills

Al finalizar el programa dominarás las siguientes competencias:

- ▶ Innovación disruptiva.
- ▶ Marcas con valor omnicanal.
- ▶ *Growth hacking*.
- ▶ Analítica digital: de la era de la analítica digital al *marketing analytics*.
- ▶ Diseño de estrategia de *Growth hacking*.
- ▶ Estrategias de adquisición en canales orgánicos (SEO, *content marketing* y *social media*).
- ▶ Desarrollo de contenidos multicanal.
- ▶ Estrategias de adquisición en canales propios (Tráfico y CRO).
- ▶ Análisis, estrategia, plan y optimización de canales.
- ▶ Estrategias de retener y crecer clientes *onboarding*, *UX* y *lifetime value*.
- ▶ Estrategias de repercusión (*referral marketing*, viralización, maximización de ticket).

Por qué somos diferentes



La colaboración con un partner estratégico en nuestro programa nos permite ofrecer contenido actualizado, casos prácticos reales y acceso a una red exclusiva de expertos, potenciando así tu aprendizaje y crecimiento profesional en *Growth Marketing*.



Además, la utilización de un amplio abanico de herramientas de vanguardia, entre las que se incluyen Semrush, Google Search Console, Google Analytics, Looker Studio, Clarity, SEOquake, Google Ads, Answer the Public, Jira, Miro, Shopify, Wordpress, Meta, Poe AI y PowerBI, garantizará una formación completa y actualizada.



Docentes expertos que se desempeñan en compañías de gran prestigio a nivel nacional e internacional.



Ruta de aprendizaje

1

Innovación Disruptiva y
Marcas con Valor Omnicanal.

2

Growth Hacking y Diseño de
Estrategia de *Growth Marketing*.

3

Marketing Analytics.

4

Estrategias de Adquisición en
Canales Orgánicos.

5

Estrategias de Adquisición en
Canales Propios (Tráfico y CRO).

6

Estrategias de Retención,
Crecimiento y Repercusión.

**Conferencia
Internacional:**
Marketing automation.

Potencia tu liderazgo y
empleabilidad accediendo
a los *workshops* exclusivos
para nuestros estudiantes.

- ▶ Liderazgo
- ▶ Marca personal
- ▶ Comunicación efectiva
- ▶ Elaboración de CV

La Conferencia Internacional y los *workshops* son opcionales, a los que nuestros alumnos pueden acceder libremente hasta tres meses después de haber finalizado las clases de su programa.

Cursos

Innovación Disruptiva y Marcas con Valor Omnicanal

Explorarás los conceptos esenciales respecto de la importancia de la innovación y la disrupción en las organizaciones para obtener un enfoque que propicie el *growth hacking*. Asimismo, se enfoca en el concepto del *brand equity* y cómo trasciende a todo el *journey* de nuestros prospectos y clientes en función a todo el ecosistema. El valor es opti y omnicanal y es el mayor combustible de negocio.

- ▶ Innovación e innovación disruptiva.
- ▶ Portafolio de innovación.
- ▶ Transformación digital y la empresa ambidiestra.
- ▶ Estrategia y disrupción tecnológica.
- ▶ Las tres eras del cambio empresarial.
- ▶ Valor.
- ▶ Opticanalidad y omnicanalidad.
- ▶ Analítica: *marketing analytics* y *business analytics*.
- ▶ Marcas relevantes son marcas que repercuten, marcas que repercuten son marcas que conectan.
- ▶ *Brand equity wheel*.
- ▶ Marcas con mayor valor son marcas más conectadas.

Trabajo aplicado:

- Análisis y estudio de casos retadores por sesión.
- Dinámicas grupales por sesión.

La EPG-USIL se reserva el derecho de cancelar o modificar las fechas de sus programas y comunicarlas con la debida anticipación.

Una vez iniciadas las clases no se podrá solicitar la devolución de la primera cuota.

El dictado de clases del programa se iniciará siempre que se alcance el número mínimo de alumnos matriculados establecido por USIL.

Para la entrega de certificados son requisitos indispensables alcanzar una nota mínima de 11 en cada uno de los cursos del programa, no haber superado el 30 % de inasistencias y haber cancelado la inversión económica total del programa.

Growth Hacking y Diseño de Estrategia de Growth Marketing

El curso te permitirá enriquecer el análisis mediante la integración de herramientas cuantitativas y cualitativas con enfoques de *growth marketing*. Diseñarás un conjunto de técnicas de marketing que utiliza el análisis, planeamiento, la creatividad, el pensamiento analítico, las métricas de plataformas digitales, sitios web y redes sociales con el objetivo de vender a través de una mayor visibilidad. Se analiza cada punto de contacto del marketing de acuerdo con el impacto que va a generar en el crecimiento del negocio. Ninguna decisión se toma por intuición, sino que utilizamos métodos científicos basado en pilares fundamentales como los objetivos, la experimentación, la colaboración y la agilidad.

Growth Hacking

- ▶ Objetivos.
- ▶ *Funnel AAARRR*.
- ▶ *North star metric* (NSM).
- ▶ Experimentación (*growth mindset vs fixed mindset*).
- ▶ Plataforma: análisis cualitativo y cuantativo.
- ▶ Elementos clave.

Growth marketing strategy.

- ▶ Embudos, modelos y niveles de crecimiento (*growth models & growth levels*).
- ▶ Métrica *north star*. *Growth loops*.
- ▶ *Scope of Canvas*.
- ▶ Diseño de la estrategia de *growth marketing*.
- ▶ Tácticas para la estrategia de *growth marketing*.
- ▶ Herramientas de automatización para la estrategia de *growth marketing*.

— Trabajo aplicado: esbozo de estrategia de *growth hacking*.

— Herramienta tecnológica: Miro.

Marketing Analytics

El curso se enfoca en gestionar un modelo de medición multicanal, enmarcando a los alumnos en qué, cómo y cuánto se debe medir, con la finalidad de tomar decisiones basadas en datos para la estrategia de negocio.

- ▶ Introducción a *Human Centered Data Science*.
- ▶ Analítica predictiva vs analítica prescriptiva.
- ▶ *Data management advertising*.
- ▶ *Reach & frequency*.
- ▶ Creación de estrategia y plan de medición.
- ▶ Midiendo lo que importa.
- ▶ Introducción a OKR.
- ▶ Principales herramientas de *business intelligence*.
- ▶ Creación de *dashboards* y visualización de datos.
- Trabajo aplicado: elaboración de un modelo de medición.
- Herramientas tecnológicas: *Semrush, LookerStudio, Google Analytics, PowerBI*.

Estrategias de Adquisición en Canales Orgánicos

El curso se enfoca en maximizar el desempeño de la marca a través de plataformas de medios sociales; teniendo un rol papel crucial en la comunicación el marketing y las relaciones públicas. Su principal fin es que las marcas y sus negocios logren posicionarse de tal forma que puedan ubicarse en las primeras páginas de búsqueda en cualquier canal de búsqueda o social.

- ▶ Estrategias de redes sociales.
- ▶ Tendencias actuales.
- ▶ Estrategia integral de redes e inteligencia artificial.
- ▶ *SEO growth hacking*: *SEO keywords*. *SEO on page / SEO off page*.
- ▶ *Content marketing*: modelos de atracción & marketing viral.
- ▶ *Social media hacks*: Facebook & Instagram. YouTube, Tik Tok. LinkedIn, X.
- Trabajo aplicado: elaboración de un modelo de estratégico, métricas y análisis.
- Herramientas tecnológicas: *Semrush, Jira, Meta, LinkedIn*.

Estrategias de Adquisición en Canales Propios (Tráfico y CRO)

El curso se enfoca en gestionar un modelo de medición multicanal, enmarcando a los alumnos en qué, cómo y cuánto se debe medir, con la finalidad de tomar decisiones basadas en datos para la estrategia de negocio.

- ▶ Estrategias de tráfico.
- ▶ CRO – Pruebas A/B.
- ▶ Usabilidad, diseño e interacción UX.
- ▶ *CX Strategy*.
- ▶ CRM.
- ▶ Trazabilidad
- ▶ ROI y ROAS.
- Trabajo aplicado: elaboración de modelos estratégicos.
- Herramientas tecnológicas: *Clarity, Semrush, Google Analytics, PowerBI*.

Estrategias de Retención, Crecimiento y Repercusión

El curso se enfoca en gestionar un modelo de medición multicanal, enmarcando a los alumnos en qué, cómo y cuánto se debe medir, con la finalidad de tomar decisiones basadas en datos para la estrategia de negocio.

- ▶ Estrategias de retener y crecer clientes (*onboarding, ux & lifetime value*).
- ▶ Estrategias de repercusión (*referral marketing, viralización, maximización de ticket*).
- ▶ Optimización de monetización.
- ▶ *Brand equity wheel*.
- Trabajo aplicado: elaboración de un modelo estratégico.

Profesores *practitioners*



Jonathan Davey

CEO fundador de Grupo P Latam, *one stop shop* con la filosofía de integrar *brand equity* y negocio que junto a procesos de innovación y uso de la tecnología hacen sostenible su propuesta de valor.

- ▶ Conferencista y *speaker* internacional con experiencia en México, Ecuador, Colombia y Chile.
- ▶ Profesional integral del marketing con más de 18 años de experiencia.
- ▶ Ha diseñado (en producto y planeamiento de negocio) y fundado las cuatro agencias que forman la oferta de Grupo P con operaciones en Lima, Guayaquil, Colombia y Miami.
- ▶ Fundador de Performance (central de medios digital) en 2010, Index (central de medios *offline*) en 2012, Fosbury (agencia de estrategia y creatividad *crossmedia*) en 2013 y sPider (consultora de analítica e inteligencia comercial, *data management* y publicidad programática).
- ▶ Ha estado ligado y manejado más de 120 marcas grandes y otras medianas y pequeñas de forma directa o por servicios de las agencias de Grupo P.
- ▶ Participó en diferentes premios como Effies, Creatividad Empresarial, premios IAB, Fepi, Aspid, FIP; entre otros.



Ronald de La Cruz

COO & VP de medios en Grupo P Latam. Socio en Performance; central de medios digitales con sede en Lima y oficinas comerciales en Guayaquil.

- ▶ Movilizador de la publicidad digital por más de 17 años, con experiencia en planificación de medios *online*, analítica web, BI y manejo de plataformas publicitarias.
- ▶ Magíster (c) en publicidad. Comunicador social especializado en publicidad y marketing.
- ▶ Especialidades: marketing digital, estrategia digital, planificación de medios *online*, Google Ads, Facebook, analítica web, programática.



Javier Barraza

Director de sPider, agencia de analítica digital & *data management* de Grupo P LATAM.

- ▶ Profesional sénior con 15 años de experiencia liderando equipos comerciales.
- ▶ Se ha desempeñado como *country manager* de RedMas, *key account manager* en Mapcity y jefe de Producto del diario La República.
- ▶ Licenciado en Marketing por la UPC.



Isaac Milla

Líder del área de BI en sPider de Grupo P LATAM.

- ▶ Bachiller en Computación Científica por la UNMSM, con dominio de lenguajes de programación R, Python y sus diferentes librerías que nos permiten la implementación de los modelos matemático descriptivos y predictivos orientados a encontrar *insights*, tendencias, patrones en los datos para predecir comportamientos esto complementado con el uso de herramientas de *Google Marketing Platform* incluido *Google Analytics*, *Google Tag Manager* y herramientas publicitarias.



Camila Aguirre

Directora de contenidos en Fosbury, agencia estratégico-creativa de Grupo P Latam.

- ▶ Profesional con más de 10 años de experiencia en marketing y publicidad, destacada por su versatilidad en áreas como diseño UX, producción audiovisual, eventos y marketing digital.
- ▶ Su enfoque se centra en la innovación, la creatividad y la gamificación, priorizando una experiencia de usuario integral.
- ▶ Apasionada por transformar ideas en realidades, impulsa estrategias efectivas que conectan marcas y consumidores, generando valor y resultados tangibles.
- ▶ Licenciada en Publicidad y Multimedia por la Universidad Católica de Santa María.

La EPG-USIL se reserva el derecho de modificar su plana docente, ya sea por motivos de fuerza mayor o por disponibilidad del profesor, sin afectar la calidad académica del programa.



Más información

📞 981 458 741

✉ informes.epg@usil.edu.pe

📘 @usileducacionejecutiva

🌐 EPGUSIL

#EducaciónEjecutivaUSIL

epg.usil.edu.pe

