

POSGRADO EN



# GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL

100% online



Tus clientes ya son digitales,  
¿y tu estrategia de marketing?

comienzo:  
**AGOSTO 2022**

especialízate en  
**5 MESES**



# PROGRAMA

## OBJETIVO

La disrupción tecnológica de los últimos años ha revolucionado las formas de comunicación. Las empresas y las marcas interactúan con los consumidores de una forma única y personalizada, es por ello que las estrategias de marketing han evolucionado y requieren una constante actualización.

El Posgrado en Gestión de Marketing Digital de UMPE busca profundizar en las tendencias y nuevas herramientas de marketing en la era digital, preparando a los participantes para implementar las mejores estrategias de marketing: identificación de la cultura y transformación digital, el nuevo modelo de negocio, gestión de clientes e inbound marketing, estrategias de optimización de buscadores, estrategias de marketing en redes sociales, métricas clave y toma de decisiones basadas en datos.

## PARTICIPANTES

El programa está dirigido a quienes aspiren a especializarse en la nueva forma de hacer marketing: el marketing digital.

- a. Profesionales del área comercial y de marketing que quieran actualizar sus conocimientos.
- b. Aquellos que quieren digitalizar sus empresas y buscan entender de una forma práctica y accesible las nuevas estrategias del marketing digital.
- c. Interesados en dedicarse al marketing digital

## ESTRUCTURA

Duración de 5 meses: de Agosto a Diciembre 2022. Las clases se dictan los martes y jueves de 8:00 a 10:45 h.

## METODOLOGÍA

Metodología Learning by Doing. Se trabaja la adquisición del conocimiento mediante el desarrollo de casos prácticos.

### Clases en directo

Alumnos y profesores interactúan simultáneamente permitiendo espacios de discusión y aprendizaje enriquecedores para todos.

### Programa online

La metodología online te permite asistir a clase sin perder tiempo en desplazamiento, o desde cualquier parte del mundo.

### Tutor académico

Seguimiento personalizado por parte de tutores con amplia experiencia en el área a disposición del estudiante.

Conocé a tu cliente **online**  
y **conectá** de una  
forma única



# MÓDULOS

## 1. ESTRATEGIA DIGITAL

HELENA PERELLÓ DRAPER

El nuevo Marketing Mix: datos, creatividad y personas. Branding by doing: branding para apoyar la estrategia de negocio a largo plazo. Estrategia omnicanal: conocer los canales digitales y cómo adecuar el mensaje, formato, tono y canal para conectar con la audiencia. Analítica de datos: aprender a interpretar los datos desde una óptica de negocio. Cómo ser una empresa Data Driven. Pensamiento creativo: aplicación del método creativo para idear campañas y afrontar cualquier situación de negocio.

## 2. GESTIÓN DE CLIENTES E INBOUND MARKETING

ROMÁN HUGHES STEFANI

Conceptos de marketing inbound y outbound, y cuándo utilizarlos. Armado y personalización de estrategias basadas en comportamiento, y masivas. Los distintos canales de owned media, y buenas prácticas para cada uno. Las métricas de éxito y su optimización. La atribución y la incrementalidad - su importancia y cómo medirlos correctamente. Data-driven marketing: la práctica del A/B testing. El customer journey, la interacción de los distintos canales. Distintos tipos de agencias, y consejos para su correcto manejo.

## 3. REDES SOCIALES

FEDERICA VILA VARELA

Cambio de hábitos. Diferencias entre el marketing digital y tradicional. Estrategia: el usuario como centro y construcción de públicos, comunicación de la propuesta de valor, content marketing, uso de redes, storytelling, copywriting, influencer marketing, marketing viral, email marketing, omnicanalidad. Medios propios: las redes, sus características y sus prácticas. Online reputation management. Etapas de la planificación y armado de una estrategia en redes sociales.

## 4. PAID ADS

DANIEL ARRA

Formatos y diferentes tipos de anuncios: Anuncios Google Suite, Anuncios Facebook Suite, Programmatic Media Buying; tipos de redes y su objetivo, diferencias con la compra tradicional, ventajas y desventajas. Qué medios y formatos están emergiendo en el mundo digital. Cómo armar una estrategia de comunicación digital en base a los diferentes medios y formatos.

## 5. GROWTH MARKETING

GONZALO VARELA

Tendencias de uso de los dispositivos móviles, principales jugadores en e-commerce en Latinoamérica y Argentina y diferentes canales de comunicación POE (Paid, Owned, Earned). Importancia de tener una estrategia de growth para una empresa. Modelos de retención de clientes. Estrategias de adquisición de clientes.

## 6. DATA ANALYTICS Y MÉTRICAS

CRISTIAN CALLA

Introducción al Marketing Analytics. Métricas relevantes para medir el impacto de los canales de marketing en el negocio. Modelos de atribución. Cómo medir la eficiencia de diferentes campañas. Pros y contras de los diferentes modelos de atribución. Técnicas avanzadas de medición. Cohort Analysis (análisis de cohortes). Experimentación para medir el impacto incremental de las campañas. Métodos avanzados de segmentación de usuarios y mejores prácticas para identificar usuarios de alto valor. Customer Lifetime Value.



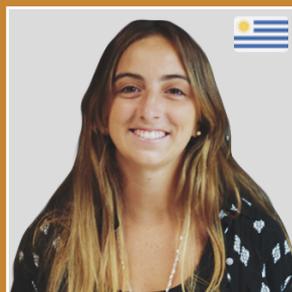
# PROFESORES



**HELENA PERELLÓ  
DRAPER**  
Atrapalo.com  
Chief Communications  
Officer



**ROMÁN HUGHES  
STEFANI**  
Rappi  
VP Marketing



**FEDERICA VILA  
VARELA**  
Guacamole  
Co-founder of Guaca -  
mole and Performance  
Marketing Consultant



**DANIEL ARRA**  
Mercado Libre  
Head of Online  
Marketing



**GONZALO VARELA**  
Winclap  
Head of Growth



**CRISTIAN CALLA**  
Mercado Libre  
Senior Marketing  
Science Manager