

U San Marcos

CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL EN MARKETING ANALYTICS

ALIADO ACADÉMICO
EN ARGENTINA:

UNIVERSIDAD
SIGLO 21



#1 EN EDUCACIÓN
VIRTUAL

Somos
esencial[®]
**COSTA
RICA**

Nuestros programas Internacionales forman parte de la alianza de la **Universidad San Marcos** con la **Universidad Siglo 21 en Argentina**, institución de alto prestigio en la educación superior privada en el país, con más de 25 años de experiencia posee una comunidad de más de 67.000 estudiantes y más de 23.000 egresados. Enfocada en la búsqueda por crear programas educativos que desarrollen las competencias laborales de alta demanda en el mercado.

DESCRIPCIÓN

El programa busca desarrollar competencias a través:

- Capacidad de desarrollar una estrategia de Marketing Analytics para su organización, basándose en el conocimiento de elementos fundamentales de la disciplina y desarrollando la habilidad para la utilización de los frameworks (o marcos estructurados de análisis) adecuados para tal fin.
- Analizar, evaluar, seleccionar y aplicar las mejores herramientas de medición de Marketing Analytics para su organización en diferentes situaciones o escenarios.
- Capacidad para planificar, modelar, implementar y medir el impacto y los resultados de negocio de una estrategia de CRM en su organización.
- Capacidad para recolectar datos e información interna y externa a su organización, analizarlos de manera de extraer conclusiones, y presentar sus hallazgos de forma efectiva y eficiente a los responsables de la toma de decisiones.

DIRIGIDO A:

Profesionales con conocimientos y experiencia previa en marketing digital. Consultores externos. Emprendedores tecnológicos. Profesionales de equipos de marketing, comunicación, agencias de publicidad digital y persona que esté interesada en el aprendizaje de la gestión y análisis integral de datos.

PERFIL DEL EGRESADO:

A través de este certificado el alumno desarrollará habilidades para dominar el proceso de marketing analytics en forma integral. Desde la captación del tráfico hasta la fidelización de los clientes más valiosos, pasando por la activación y conversión de los mismos. El egresado será capaz de crear una estrategia que le permita obtener los datos necesarios, realizar los análisis que sean requeridos para hacer sentido de los mismos y lograr las respuestas que les ayudan a mover el negocio hacia adelante.

DURACIÓN:

4 meses

TITULACIÓN:

Certificación Internacional en Marketing Analytics



Universidad San Marcos



@usanmarcoscr



Usanmarcoscr



USANMARCOSCR



@USANMARCOSCR

PLAN DE ESTUDIO

MODULO

CONTENIDOS

MODULO I

- ESTRATEGIA DE MARKETING ANALYTICS
 - Bases de una estrategia de Marketing Analytics
 - El tránsito del consumidor
 - Las áreas de análisis de una estrategia de Marketing Analytics
 - Cálculo de ROI y modelos de atribución

MODULO II

- HERRAMIENTAS DE MEDICIÓN EN MARKETING ANALYTICS
 - Fuentes de datos
 - Reputación online
 - Etiquetado web y analítica de campañas online
 - Medición de campañas offline

MODULO III

- CRM ANALYTICS
 - Customer Lifetime Value (CLV)
 - Online customer analytics
 - Conversión online
 - Customer Relationship Management (CRM)

MODULO IV

- MARKETING INTELLIGENCE
 - Recolección de información externa
 - Del dato a la información para la toma de decisiones
 - Presentación de la información
 - Implementación de Marketing Analytics



4000-8726



usanmarcos.ac.cr