

CERTIFICADO EN MARKETING ANALYTICS

- **Duración:** 4 meses (1 curso por mes).
- **Nivel:** Intermedio.
- **Modalidad:** 100% Online - Autogestión.
- **Dedicación estimada:** 6/8 horas semanales.

OBJETIVO

Desarrollar en el participante las capacidades para 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, y analizar, evaluar, seleccionar y aplicar la/s mejor/es herramienta/s de medición de Marketing Analytics para su organización en diferentes situaciones o escenarios.

¿POR QUÉ ESTE CERTIFICADO?

- La toma de decisiones basada en datos y tecnología se consolidó como una capacidad crítica para organizaciones de todos los sectores.
- El certificado articula fundamentos conceptuales, herramientas y aplicación práctica sobre casos reales.
- Permite transformar información y tecnología en mejoras de desempeño, control o innovación.
- Su enfoque aplicado favorece la transferencia inmediata al trabajo.

¿A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO?

- 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.

QUÉ VA A LOGRAR EL ALUMNO

- 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 la/s mejor/es herramienta/s de medición de Marketing Analytics para su organización en diferentes situaciones o escenarios.

- Planificar, modelar, implementar y medir el impacto y los resultados de negocio de una estrategia de CRM en su organización.
- 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.

PLAN DE ESTUDIOS

Estrategia de Marketing Analytics

MÓDULO 1: Bases de una estrategia de Marketing Analytics

MÓDULO 2: El tránsito del consumidor

MÓDULO 3: Las áreas de análisis de una estrategia de Marketing Analytics

MÓDULO 4: Cálculo de ROI y modelos de atribución

Herramientas de Medición en Marketing Analytics

MÓDULO 1: Fuentes de datos

MÓDULO 2: Reputación online

MÓDULO 3: Etiquetado web y analítica de campañas online

MÓDULO 4: Medición de campañas offline

CRM Analytics

MÓDULO 1: Customer Lifetime Value (CLV)

MÓDULO 2: Online customer analytics

MÓDULO 3: Conversión online

MÓDULO 4: Customer Relationship Management (CRM)

Marketing Intelligence

MÓDULO 1: Recolección de información externa

MÓDULO 2: Del dato a la información para la toma de decisiones

MÓDULO 3: Presentación de la información

MÓDULO 4: Implementación de Marketing Analytics

COMPETENCIAS QUE SE VAN A DESARROLLAR

Competencias transversales

- Capacidad de integrarse con sus compañeros para lograr objetivos compartidos y generar sinergias de trabajo efectivas.
- Capacidad de examinar metódicamente una realidad o situación y asumir una valoración fundada frente a ella.
- Capacidad para diseñar nuevas alternativas de solución a problemas existentes basadas en conocimiento formal y aplicación práctica.

Competencias específicas

- 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 la/s mejor/es herramienta/s de medición de Marketing Analytics para su organización en diferentes situaciones o escenarios.
- Planificar, modelar, implementar y medir el impacto y los resultados de negocio de una estrategia de CRM en su organización.
- 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.

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.