

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN

Marketing Digital, Analytics y UX



Inicio
28 de enero
2026



Duración
3 meses
lectivos



Modalidad
Online en
tiempo real

Somos una Escuela de Negocios
referente en el mundo y la
**primera en el Perú con 4 Acreditaciones
a la Excelencia Académica**

CUATRO ACREDITACIONES GLOBALES



DE EXCELENCIA ACADÉMICA



Según el último Ranking del Financial Times 2025.
(La publicación de negocios más respetada a nivel global)



**EXECUTIVE
EDUCATION
2025 RANKING**



Prepárate para dirigir con visión en un entorno digital en constante evolución

Domina las estrategias clave del marketing digital combinando analítica, experiencia de usuario y comercio electrónico para optimizar cada etapa del journey del cliente.

Este programa te permitirá interpretar datos con precisión, diseñar experiencias digitales intuitivas y ejecutar tácticas de alto impacto que impulsen la conversión y el crecimiento sostenible de tu organización.



OBJETIVOS

01. **Aplicar los principios básicos de marketing digital**, considerando el UX del E-commerce y la analítica digital a lo largo de todo el Journey del cliente.
02. **Analizar** las últimas tendencias y tecnologías que están impulsando el cambio en el marketing digital.
03. **Utilizar la analítica digital para gestionar** de manera más eficiente su cartera de clientes y productos.

CERTIFICADO

Programa de Especialización en Marketing Digital, Analytics y UX **por Centrum PUCP**



CONTENIDO DEL PROGRAMA

01_ANALÍTICA DIGITAL

Domina la analítica en un entorno digital que evoluciona cada día. Aprenderás a interpretar datos, entender el comportamiento del consumidor y aplicar tácticas efectivas basadas en evidencia real. Con casos y herramientas actuales, desarrollarás la capacidad de optimizar campañas y tomar decisiones más inteligentes en marketing digital.

Sesión 1 - 2:

- Analítica del Sitio Web/App

Sesión 3 - 4:

- Analítica en el sitio web a través de Google Analytics

Sesión 5 - 6:

- Test A/B a través de Google Optimize

Sesión 7 - 8:

- Analítica en Canales de Marketing Digital

Sesión 9 - 10:

- SEO: Analítica del desempeño de keywords y SEO Off Page Authority

Sesión 11 - 12:

- Big Data & IA. Modelos predictivos y Dashboards de seguimiento

02_ E-COMMERCE

Aprenderás el proceso completo: desde la experiencia digital del cliente hasta la logística, el marketing mix, la regulación y la gestión del presupuesto. Dominarás los fundamentos necesarios para crear un comercio electrónico sólido, eficiente y orientado al crecimiento.

Sesión 1 - 2:

- Introducción al Comercio Digital, impacto estratégico de la Economía de la Información

Sesión 3 - 4:

- Introducción al Comercio Electrónico

Sesión 5 - 6:

- Tipos de comercio electrónico y plataformas adicionales

Sesión 7 - 8:

- La empresa y el Social Media Marketing

Sesión 9 - 10:

- Plan de Ecommerce

Sesión 11 - 12:

- Presentación Trabajo Aplicativo Final

MÓDULO 1

03_MARKETING DIGITAL

Aprenderás a interpretar información del consumidor y usar herramientas analíticas que permiten medir, optimizar y justificar en tiempo real la efectividad de tus campañas. Dominarás las bases del marketing digital orientado a resultados y al rendimiento del canal de conversión.

Sesión 1 - 2:

- Introducción al Marketing Digital, Introducción a los embudos de venta digitales

Sesión 3 - 4:

- Branding: Definiendo el tono de comunicación, Atrayendo a tu audiencia: Marketing de contenidos

Sesión 5 - 6:

- Introducción al Social Media Marketing, Introducción al Posicionamiento en Buscadores

Sesión 7 - 8:

- Videomarketing, Lead Nurturing, Email Marketing y Affiliate

Sesión 9 - 10:

- Introducción a la Publicidad Digital, Conclusiones y Recomendaciones Finales

Sesión 11 - 12:

- Presentación TAF

04_ UX & EX: DISEÑO DE EXPERIENCIAS DE USUARIO Y EXPERIENCIA DEL EMPLEADO

Este curso te brinda las bases para diseñar experiencias digitales intuitivas, atractivas y centradas en el usuario. Aprenderás arquitectura de información, investigación UX, diseño de interfaces, prototipado y pruebas de usabilidad. Desarrollarás habilidades para crear soluciones digitales funcionales y creativas, altamente demandadas en web, mobile y entornos interactivos.

Sesión 1 - 2:

- Estrategia UX orientada al marketing digital

Sesión 3 - 4:

- Aplicación de UX en un entorno web

Sesión 5 - 6:

- Gestión de UX con CMS Wordpress

Sesión 7 - 8:

- Diseño de contenido y analítica digital: optimización UX

Sesión 9 - 10:

- Obteniendo feedback del usuario

Sesión 11 - 12:

- Trabajo Aplicativo Final

- Centrum PUCP podrá efectuar cambios en la malla, de acuerdo a su política de mejora continua. La inauguración del programa se realizará siempre y cuando se alcance el quórum establecido por la Escuela. Centrum PUCP se reserva el derecho de postergar los inicios de los cursos y programas. Iniciadas las clases, la participación es personal e intransferible.

FORMACIÓN GUIADA POR EXPERTOS



John Alexander Simbaqueba Uribe

Socio-Director de 7 Points Consulting; docente en CENTRUM PUCP, Universidad del Pacífico y UPC.

Magíster en Marketing Digital & eCommerce por la Universidad de La Rioja (España) y candidato a Doctor en Administración de Empresas por San Ignacio University (Miami). Con amplia experiencia internacional, ha liderado estrategias de IA, growth hacking, eCommerce y transformación digital para múltiples industrias, logrando resultados medibles en adquisición y fidelización de usuarios.



Amy Yohanna Godo Bocanegra

ATC-COE de Agilidad y Estrategias de Personas, docente e investigadora en CENTRUM PUCP

Magíster en Administración Estratégica de Empresas por la PUCP. Licenciada en Administración por la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo. Especialista en Riesgos Financieros por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) y certificada como Analista de Inversiones por BURSEN, Bolsa de Valores de Lima.



Jessica Patricia Guerrero Jarama

Docente en Centrum PUCP, conferencista internacional y Directora de Marketing y Producto en Grupo Acelera

Especialista internacional en marketing digital, Magíster por ESADE Business School y formada en Silicon Valley. Ha liderado estrategias de alto impacto en BBVA, Movistar y Entel. Actualmente dirige el área de Marketing y Producto en Grupo Acelera y su consultora JG Digital. Conferencista internacional y formadora en marketing digital, SEO, SEM y analítica.



Rocío Carolina Rubio Godines

Coordinadora de Comunicaciones en Arca Continental, docente en CENTRUM PUCP y Directora de Maestría en la UTPL.

MBA por CENTRUM PUCP y Máster en Innovación y Sostenibilidad por EADA Business School de Barcelona, con más de 10 años de experiencia liderando estrategias de comunicación, reputación e innovación corporativa. Ha liderado proyectos de alto impacto como campañas de comunicación 360°, transformación digital y fortalecimiento del posicionamiento institucional a nivel nacional.

Marketing Digital, Analytics y UX



**Executive
Education**

Inicio

28 de enero 2026

Duración y Horario

3 meses lectivos / 75 horas

Lunes y Miércoles de 07:00 a 10:30 p.m.

Modalidad

Online en tiempo real

Inversión

S/. 4,200

*Para el financiamiento directo otorgado por Centrum PUCP, los participantes y sus respectivos avales deberán suscribir letras de cambio electrónicas como requisito indispensable para estar matriculado en el programa o curso académico escogido.

La inversión incluye:

- Emisión del certificado por Centrum PUCP
- Materiales académicos

La inversión no incluye:

- Emisión de otros certificados (participación, constancia de notas, mallas académicas, etc.)

INFORMES:

✉ executive.centrum@pucp.edu.pe

🌐 centrum.pucp.edu.pe



CUATRO ACREDITACIONES GLOBALES



DE EXCELENCIA ACADÉMICA