



PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN

Growth Marketing & Automation



Inicio
30 de abril
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**



Diseña y escala el crecimiento del negocio con enfoque estratégico y disciplina analítica.

Esta especialización brinda una formación integral y aplicada en Growth Marketing y automatización, orientada a impulsar el crecimiento sostenible de las organizaciones mediante decisiones basadas en datos, experimentación continua y uso estratégico de tecnología. El participante desarrollará la capacidad de diseñar estrategias de crecimiento end-to-end, optimizar canales de adquisición y conversión, y gestionar embudos digitales apoyados en analítica avanzada, automatización e inteligencia artificial, alineando marketing, negocio y resultados medibles.



OBJETIVOS

01. **Comprender** los fundamentos necesarios para diseñar un plan de Growth Marketing.
02. **Diseñar** y ejecutar acciones orgánicas de Growth Marketing con tácticas SEO y Social .
03. **Crear** canales de conversión en corto tiempo y ejecutar análisis y experimentos para tomar decisiones efectivas de crecimiento.

CERTIFICADO

Programa de Especialización en Growth Marketing & Automation **por Centrum PUCP**



CONTENIDO DEL PROGRAMA

01_DISEÑO DE LA ESTRATEGIA DE GROWTH MARKETING & AUTOMATION

Aprende a diseñar estrategias de crecimiento sostenibles combinando creatividad, data y automatización. Este curso te permitirá trabajar con metodologías de experimentación ágil, definir métricas clave de crecimiento y construir una estrategia de growth orientada a resultados reales para tu empresa o emprendimiento.

Sesión 1 - 2:

- Introducción al Growth Hacking

Sesión 3 - 4:

- Analítica Web y Estrategias Digitales de Crecimiento

Sesión 5 - 6:

- Growth Hacking – Variable Jaccard score

Sesión 7 - 8:

- Analítica web y SEO

Sesión 9 - 10:

- Entrega y sustentación del trabajo final del curso

02_TÁCTICAS PARA CRECIMIENTO ORGÁNICO: SEO, CONTENT MARKETING & SOCIAL MEDIA

Impulsa el crecimiento sin depender exclusivamente de pauta pagada. Desarrollarás estrategias de posicionamiento orgánico, contenidos de alto impacto y social media con enfoque en atracción y conversión, logrando visibilidad, tráfico calificado y crecimiento sostenido en el tiempo.

Sesión 1 - 2:

- Introducción a la analítica digital

Sesión 3 - 4:

- Recopilación de datos procesables con Google Analytics

Sesión 5 - 6:

- On-Page SEO

Sesión 7 - 8:

- Comprensión y uso de los datos de Google Analytics

Sesión 9 - 10:

- Marketing de Contenidos

Sesión 11 - 12:

- Inbound Marketing (Parte I)

Sesión 13 - 14:

- Inbound Marketing (Parte II)

Sesión 15 - 16:

- Exposición de casos finales grupales

03_DISEÑO, SELECCIÓN, ANÁLISIS Y OPTIMIZACIÓN DEL CANAL DE CONVERSIÓN

Convierte tráfico en resultados. En este curso aprenderás a analizar el comportamiento del usuario, optimizar la experiencia digital y mejorar la tasa de conversión mediante experimentación continua, dashboards de seguimiento y el uso de herramientas de growth e inteligencia artificial.

Sesión 1 - 2: Marketing de Conversión

- Marketing & Marketing Digital: Introducción general y su importancia para la estrategia de conversión
- Marketing de Conversión y su importancia
- Tipos de Marketing de Conversión
- Marketing de Conversión: Mejores prácticas
- Marketing de Conversión: Métricas
- Marketing de Conversión: Funnel

Sesión 3 - 4: Estrategia de Conversión

- CRO
- Beneficios CRO
- Conceptos y Métodos importantes
- Optimización CRO y sus beneficios
- Diferencia entre micro y macro conversiones

Sesión 5 - 6:

- Funnel de MKT Digital (de MQL a SQL)
- Auditoria del Ecosistema Digital
- Buyer persona
- Equipo de Marketing para CRO

Sesión 7 - 8: Caso de Negocio Ecommerce Modelos de negocio Ecommerce

- Marketplace, Ecommerce, Suscripción, Freemium, Afiliados, entre otros.
- Costos e indicadores.

Sesión 9 - 10: Campañas y Canales de conversión

- Crear una campaña enfocada en conversión
- Tácticas de conversión
- Landing Pages
- Email Marketing
- Analítica Digital enfocada en conversión
- KPIs enfocados en conversión.

Sesión 11 - 12: Optimización del Canal de Conversión. Optimización de la tasa de conversión

- A/B Testing
- Copywriting
- Call to actions

Sesión 13 - 14: UX para la conversión. UX Fundamentals

- Heurísticas de Nielsen
- UX para Ecommerce

Sesión 15 - 16:

- Entrega y sustentación del trabajo final del curso.
- Entrega del trabajo escrito (PPT) y exposición de cada equipo.

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.



Guillermo Estuardo Molero Petit

Docente en UPC, CENTRUM PUCP, Universidad Champagnat y UTP.

Magíster en Administración Estratégica de Negocios, especialista en marketing, gestión comercial y administración de productos. Cuenta con experiencia como Product Manager en Banco Ripley del Perú y como mentor y asesor de startups en la PUCP. Actualmente se desempeña como docente en la UPC, CENTRUM PUCP, Universidad Champagnat y UTP.



Julio Enrique Marchena Ramirez

Director Ejecutivo en Microhelp

Economista, con estudios de Doctorado en Ingeniería de Sistemas y maestrías en Economía y Educación, realizadas en el Perú y España. Especialista en inteligencia de negocios, KPIs y analítica de datos, con experiencia en consultorías para el sector público y privado. Fue Customer Engineer en IBM y actualmente es Director Ejecutivo en Microhelp, liderando procesos de transformación digital.



Growth Marketing & Automation



**Executive
Education**

Inicio

30 de abril 2026

Duración y Horario

3 meses lectivos / 60 horas

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

Modalidad

Online en tiempo real

Inversión

S/. 4,000

*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