

Programas Asíncronos

SÍLABO

I. DATOS GENERALES

Curso	:	Gestión de campañas de marketing dirigido
Área	:	Trends
Docente	:	Edwin Huaynate Mato
Duración	:	4 horas académicas

II. SUMILLA

El curso se desarrollará mediante la metodología asíncrona, que comprende la revisión de los videos grabados, las lecturas y la resolución de la evaluación planteada. Le permitirá al participante conocer la gestión de campañas de marketing dirigido en una organización, entendiendo los conceptos iniciales del manejo de campañas de marketing dirigido. Asimismo, se revisará el flujo integral de las campañas dirigidas y como la Inteligencia Comercial otorga un soporte analítico en cada una de estas etapas. Así mismo, se desarrollará un taller práctico del software Mailchimp, que les permitirá aprender a enviar comunicaciones de marketing dirigido.

III. REQUISITOS

- Manejo básico de Excel.

IV. DIRIGIDO A

- Profesionales, egresados, estudiantes e interesados en conocer el proceso de grabación de una macro y cómo ejecutarlo de diversas formas, así como los principales comandos para crear macros acordes a casos específicos de negocio.

V. OBJETIVOS – LOGROS

El curso le permitirá al participante:

- Conocer el proceso de grabación de una macro y ejecutarlo de múltiples formas de acuerdo a casos específicos.

- Conocer el proceso de construcción de macros aplicadas a casos específicos de negocio.

VI. METODOLOGÍA

Los contenidos se desarrollarán siguiendo la secuencia teoría – práctica con evaluaciones modulares, utilizando videos grabados y lecturas como recursos didácticos.

VII. CONTENIDOS

Total horas	4 horas
Sesión 1	
• Tema 1: Introducción a las campañas de marketing	20 min.
• Tema 2: Tipos y Medios para implementar campañas	15 min.
• Tema 3: Flujo de Campañas.	15 min.
• Tema 4: Framework Marketing Analítico	10 min.
• Tema 5: Aplicación del flujo de campañas : Desarrollo de caso	30 min.
Sesión 2	
• Tema 6: Desarrollo del Taller	130 min.

VIII. SISTEMA DE EVALUACIÓN

La nota final del curso se obtendrá a partir de los siguientes rubros de evaluación y pesos asociados:

Rubro	Peso
Evaluación	100%

IX. Docente

Edwin David Huaynate Mato

Resumen

- Magister en Administración de Empresas (MBA) por la Universidad de Lima.
- Ingeniero de Sistemas Universidad de Lima. Diplomado en Marketing Estratégico por la Universidad Adolfo Ibañez (Chile). Programa Ejecutivo en Marketing por Centrum PUCP. Diploma de especialización en Business Analytics y Big Data UNALM.

- Ejecutivo con más de 16 años de experiencia en temas de Business Intelligence, CRM, Marketing Digital y Planificación Comercial en empresas como Telefónica, BBVA Banco Continental, Interbank, Cencosud y Scotiabank.