



DIPLOMADO EN GROWTH MARKETING Y PERFORMANCE DIGITAL

En línea
(96 horas)

Objetivo:

- Desarrolla las competencias para diseñar e implementar estrategias de Growth Marketing y Performance Digital basadas en datos, analítica y optimización continua, impulsando el crecimiento sostenible de los negocios.

Dirigido a:

- Profesionales de *marketing*, publicidad, ventas, *e-commerce*, analítica y transformación digital, así como a emprendedores y consultores que buscan diseñar, implementar y optimizar estrategias de crecimiento digital basadas en datos.

Reconocimiento:

- Al finalizar tu programa recibirás:
 - **Diploma Digital UVM** con **validez curricular** y **tecnología Blockchain** con código QR y de verificación.
 - **Constancia DC-3** por la STPS.
 - **Insignia digital** de tu programa para compartir en tus redes sociales.

¿Por qué UVM?

Tenemos **más de 65 años** de **experiencia académica**, más de **150 programas educativos** y más de **180 programas de excelencia** a nivel nacional.

Adquieres **conocimientos** y **habilidades esenciales** que puedes **aplicar de inmediato** en tu **actividad profesional**.

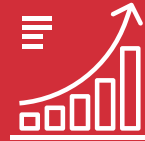
Los **profesores** que imparten las **Certificaciones y Diplomados** son **expertos reconocidos** en sus campos.

Tienes **flexibilidad educativa** que te permite **estudiar a tu ritmo**, a **cualquier hora** y en **cualquier lugar**.

Los **Diplomados y Certificaciones UVM** enriquecen tu **CV** y te posicionan como **el mejor candidato**.

Al estudiar el programa podrás:

Diseñar estrategias de Growth Marketing y Performance Digital basadas en datos y objetivos de negocio.



Optimizar campañas de *marketing* digital mediante analítica, automatización y experimentación.



Implementar herramientas como Google Analytics, CRM y pruebas A/B para mejorar el desempeño digital.



Tomar decisiones estratégicas que impulsen el crecimiento sostenible y generen resultados medibles para las organizaciones.



MÓDULOS

01 Fundamentos de Growth Marketing y estrategia digital

1. Definición y evolución del Growth Marketing en contexto digital 2024
2. Diferencias entre *marketing* tradicional, Growth Marketing y Growth Hacking
3. Ciclo AARRR: *Awareness, Acquisition, Activation, Revenue y Retention*
4. Mentalidad experimental: hipótesis, tests y validación
5. Indicadores clave de Performance Marketing (KPIs, métricas y *benchmarking*)
6. Estructura organizacional de equipos de Growth (roles y responsabilidades)
7. Alineación estratégica: *growth* con visión, misión y objetivos empresariales

02 Adquisición digital y optimización de canales pagados

1. Google Ads: *search, display, shopping y performance max*
2. Meta Ads (Facebook, Instagram, Threads): públicos, segmentación y escalado
3. Publicidad en LinkedIn, TikTok y YouTube: públicos y estrategias específicas
4. Presupuestación, ROAS y ROI: cálculo y optimización de inversión
5. *Testing* creativo: *copywriting*, imágenes, videos y variables de éxito
6. *Attribution modeling* y análisis de *multi-touch attribution*
7. Gestión de campañas en tiempo real: análisis, ajustes y optimización

03 Optimización de conversiones y *funnel marketing*

1. Mapeo del *customer journey*: etapas, micro-conversiones y puntos de fricción
2. Arquitectura de *funnels*: *awareness*, *consideration*, *decision*, *retention*
3. Diseño de *landing pages*: estructura, *copywriting* y elementos de persuasión
4. *Testing A/B*, multivariados y análisis estadístico (significancia y poder)
5. Tasa de conversión (CR): *benchmarking*, mejora e impacto en resultados
6. *Retargeting*, *remarketing* y estrategias de segundo contacto
7. Psicología del consumidor: principios de persuasión y comportamiento digital

04 *Analytics*, medición y decisiones basadas en datos

1. Google Analytics 4: configuración, eventos, conversiones y objetivos
2. Google Tag Manager (GTM): implementación de *tracking* y eventos complejos
3. Segmentación de audiencias: *cohort analysis*, *behavioral insights* y RFM
4. *Dashboards* y reportes: visualización de datos, *storytelling* e *insights*
5. Análisis de cohortes, retención y *churn rate*
6. Métricas de activación, *engagement* y viralidad
7. Presentación ejecutiva: comunicación de *insights* y recomendaciones

05 *Marketing automation, CRM y retención de clientes*

1. CRM: estrategia, selección de plataformas y organización de datos
2. *Marketing automation*: flujos, *triggers*, *workflows* y secuencias
3. *Email marketing* avanzado: segmentación, personalización y dinámicos
4. *Lead scoring*, *nurturing* y automatización de *sales handoff*
5. Estrategias de retención: *onboarding*, *engagement* y *churn prevention*
6. *Customer Lifetime Value* (CLV): modelo económico y maximización
7. *Upsell*, *cross-sell* y programas de *loyalty*
8. *Community management* y *customer success*

06 Integración, casos de estudio y ejecución estratégica

1. Análisis de casos de éxito: SaaS, *e-commerce*, B2B y *startups*
2. *Benchmarking* y extracción de lecciones aplicables
3. *Stack* tecnológico de Growth: selección, integración y orquestación
4. Estrategia *omnichannel*: consistencia, mensajes y experiencias
5. Planificación estratégica anual: OKRs, *roadmap* de iniciativas y presupuesto
6. Gestión ágil: *sprints*, retrospectivas y mejora continua
7. Tendencias y futuro: IA, *machine learning* y privacidad de datos
8. Proyecto final: estrategia integral y *pitching* a *stakeholders*

Beneficios de la modalidad

Clases en vivo, actividades interactivas y casos prácticos. Puedes interactuar con profesores y otros alumnos para tener una experiencia más enriquecedora.

Networking. Tienes la oportunidad de construir una red de contactos profesionales con otras personas que tienen intereses similares o se desempeñan en el mismo ámbito.

Estudia a tu ritmo. Consulta todas las sesiones grabadas en el horario que más te convenga.

Soporte técnico. Cuentas con atención técnica en todo momento para ayudarte a solucionar cualquier problema que se presente.

Asesoría y acompañamiento. Tienes un Tutor que te brindará apoyo a través de enlaces en vivo, chat o WhatsApp para resolver cualquier duda.

SÉ PARTE DE LA UVM



@uvmmx



uvm



@uvmmx



uvm.mx