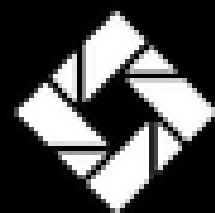


CERTIFICACIÓN EN MARKETING MANAGEMENT



ExEd
Executive
Education



MÓNICA HERRERA



A CERCA DE

Transforma tu enfoque de marketing con herramientas tácticas y estratégicas para la gestión efectiva de marcas y comunicación.

La Certificación en Marketing Management **está diseñada para profesionales que buscan dominar competencias esenciales en marketing táctico y la gestión diaria de marcas en un entorno competitivo y cambiante.** A través de una metodología práctica y vivencial, los participantes aprenderán a identificar necesidades del mercado y desarrollar estrategias que transformen las experiencias de cliente, consumo y compra.

En esta Certificación desarrollarás competencias y habilidades para la identificación de las necesidades de los mercados, clientes y consumidores para ofrecer productos y servicios de marcas que generen empatía y sensibilidad para la transformación de experiencias de consumo y compra.





Habilidades a adquirir

- Capacidad de diseñar e implementar estrategias de comunicación y marketing alineadas a los objetivos organizacionales.
- Integración de planes de marketing con otras áreas claves del negocio
- Dominar herramientas y técnicas para la recolección de datos y análisis de información para optimizar la toma de decisiones de marketing y comunicaciones
- Potenciar la identidad de marca y desarrollo de estrategias para crear conexiones emocionales con los consumidores.
- Implementar estrategias de marketing digital con un enfoque en analítica, rentabilidad y herramientas de gestión.

Perfil académico del participante:

Título universitario.

Habilidad de lectura en inglés (deseable).

Disponibilidad de 4 a 6 horas semanales para actividades académicas y proyectos.

A quién va dirigido:

Profesionales del área de mercadeo o comunicaciones.

Individuos que deseen mejorar sus habilidades y conocimientos en el ámbito del marketing y la comunicación para alcanzar sus objetivos profesionales y empresariales para integrar estrategias de marketing a su gestión.



METODOLOGÍA

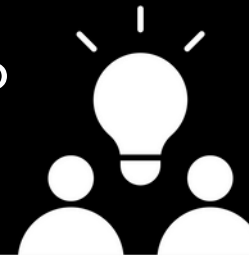
FASES DEL APRENDIZAJE

- Introducción
- Profundización
- Aplicación práctica



MENTORÍA EXPERTA

Acompañamiento personalizado durante el programa.



PROYECTOS BASADOS EN RETOS

Uso de herramientas innovadoras y desarrollo guiado.



METODOLOGÍAS INTERACTIVAS

Talleres teórico-prácticos y aprendizaje vivencial.



HERRAMIENTAS DIGITALES AVANZADAS:

Aplicaciones para el análisis y monitoreo en marketing





FASES DEL PROCESO DE APRENDIZAJE

La certificación de ExEd se desarrolla en 2 fases:

1

PARTICIPACIÓN EN MATERIAS TEÓRICOS - PRÁCTICOS

- Asistencia del 80% por taller en clases presenciales y/o virtuales.
- Nota mínima de aprobación por materia 7.0.

2

RETO POR COMPETENCIAS PROFESIONALES (EL DESAFÍO)

- Sesiones 100% prácticas.
- Desarrollo guiado de reto a través de soluciones específicas del caso a realizar.
- Asesoría personalizada según las necesidades de tu equipo.
- Presentación de resultados al panel multidisciplinario de evaluadores.
- Aprobación de reto a través de actividades por equipo e individualizadas.



CONOCE LOS **TALLERES & CONTENIDO**



DURACIÓN: 10 HORAS**1****COMUNICACIONES INTEGRADAS DE MARKETING (CIM)**

MODALIDAD: VIRTUAL

¿Qué debemos entender CIM en una era de whats y apps?, aplicaremos los fundamentos para idear y construir propuestas creativas, disruptivas e innovadoras para fortalecer habilidades y competencias comunicacionales y mercadológicas en un mundo de relatos y garabatos 4.0

- Aproximación a las CIM: fundamentos, metodologías para la conceptualización y ejecución de propuestas
- Co-creación de propuestas de CIM: pasos para proponer ideas, ideemos nuestro proyecto
- Análisis de casos relevantes: ¿Cuándo sí y cuándo no funcionan las Comunicaciones Integradas de Marketing?, la hoja de ruta, consejos para comunicar mercadológicamente Pro
- Integración y aplicación

**IMPARTIDO POR: OMAR LUNA****DURACIÓN: 16 HORAS****2****ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL**

MODALIDAD: PRESENCIAL

Estrategias de marketing digital desde la comprensión de plataformas y su impacto en el comportamiento del consumidor y dominar la segmentación de audiencias para definir estrategias de contenido para el ecosistema digital

- El marketing digital y su evolución
- Redes sociales y entornos digitales: plataformas, formatos, segmentación de audiencias y estrategias de contenido. Plataformas emergentes (gaming y streaming)
- Estrategias avanzadas: plan de acción, storytelling y engagement
- Autogestión y herramientas: métricas de análisis y optimización

**IMPARTIDO POR: ILIANA MORENO**

DURACIÓN: 6 HORAS**3****PAUTA DIGITAL: OPTIMIZACIÓN Y EJECUCIÓN**

MODALIDAD: VIRTUAL

Comprender ecosistemas digitales como Google Ads y Meta Ads permiten optimizar presupuestos alcanzando awareness, consideración y conversión. La identificación de métricas claves genera campañas con resultados y reportes accionables para la mejora de toma de decisiones estratégicas en tiempo real.

- Introducción a la pauta digital: ¿Qué es la compra de medios? tipos de campañas
- Segmentación de audiencias: personalizadas y lookalike, optimización demográfica e intereses, retargeting
- Estrategias de presupuesto y escalabilidad
- Interpretar métricas claves
- Hackathon de estrategia publicitaria

**IMPARTIDO POR: ANDREA NAVAS****DURACIÓN: 16 HORAS****4****DATA DRIVEN MARKETING: ANÁLISIS DE DATOS Y ESTRATEGIA**

MODALIDAD: PRESENCIAL

Desarrollar habilidades de pensamiento crítico, metodologías de análisis y bases para la estructuración de equipo de datos para identificar oportunidades y tomar decisiones basadas en datos dentro de un contexto empresarial y de marketing.

- Introducción al análisis de datos: espectro de datos y analítica (Big Data, BI, IA), tipo de clasificaciones de datos y métricas
- Análisis de datos para marketing: tipos de análisis para marketing y negocios, sesgos y desviaciones del análisis
- Análisis en la operación de marketing y negocios
- Introducción y uso de Power Bi, Data Storytelling y diseño de información

**IMPARTIDO POR: RENÉ RAMOS**

DURACIÓN: 20 HORAS**BRANDING Y CREATIVIDAD ESTRATÉGICA**

MODALIDAD: SEMIPRESENCIAL

16 horas presenciales

+4 horas virtuales con docente en vivo

Extraer la esencia de una marca y comunicarla estratégicamente como un sistema vivo con creencias claras y valores que se traducen en comportamientos coherentes y tangibles a partir de la segmentación de nichos generando conexiones profundas con la audiencia.

- Definiendo la identidad de marca
- Segmentación de nichos por creencias
- Construcción de evidencias de marca
- Contenido estratégico piezas de contenido efectivas, UGC como testimonio y validación de identidad
- Implementación y optimización de la identidad de marca

**IMPARTIDO POR: MARÍA JOSÉ BUSTAMANTE****DURACIÓN: 20 HORAS****INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA) APLICADA AL MARKETING**

MODALIDAD: SEMIPRESENCIAL

16 horas presenciales

+4 horas virtuales con docente en vivo

Tener una comprensión sobre los conceptos centrales de la IA en un lenguaje accesible para relacionarlos con funciones de marketing, para identificar oportunidades en áreas como segmentación de clientes, optimización de campañas y generación de contenido.

- Fundamentos de IA
- Personalización y targets con IA
- Optimización de campañas con IA
- Generación de contenido: equilibrar la aportación de IA con la creatividad y voz de marca.
- Proponer e implementar pruebas piloto
- Midiendo el ROI del IA
- Privacidad, ética y responsabilidades de uso

**IMPARTIDO POR: JAVIER GUERRERO**

RETO POR COMPETENCIAS PROFESIONALES (EL DESAFÍO):

DURACIÓN: 10 A 12 HORAS

El reto guiado se basa en la combinación de metodologías con un enfoque 100% práctico y experiencial para que puedan detectar oportunidades, conceptualizar soluciones y visualizarlas en condiciones reales de mercado, definiendo una estrategia y un modelo de negocio claro.

Siendo un proceso práctico en el cual el participantes y equipos implementan los conocimientos adquiridos a lo largo de los talleres teórico - prácticos, durante este reto, los participantes trabajarán en equipos con la guía de mentores expertos, aplicando los conocimientos adquiridos a una situación real de su entorno laboral.



MODALIDAD DE RETO:

- 100% práctico
- Asesorías individualizadas a cada equipo
- Presentaciones de resultados a panel multidisciplinario de evaluadores





Total de horas activas: 100 horas

Tipos de acreditación:

Certificación en Marketing Management

Requisitos para obtener certificación:

- Asistencia al 80% de horas por materia
- Nota mínima de aprobación por módulo: 7.0
- Aprobación Reto Guiado

Requisitos para obtener Diploma de Asistencia:

- Asistencia al 80% de horas por materia
- Nota mínima de aprobación por módulo: 7.0
- Aprobación Reto Guiado

Beneficios Adicionales:

- Certificado avalado por la Escuela Mónica Herrera
- Networking con profesionales de alto nivel.
- Acceso a recursos exclusivos sobre tendencias empresariales.



Se espera que los estudiantes dediquen un promedio de cuatro a cinco horas a la semana para completar lecturas, actividades y/o trabajos fuera de clase, entre otros.



CONOCE A LOS
**PROFESORES
EXPERTOS**



Javier Guerrero

**Coordinador académico de la
Certificación en Marketing Management**

Es un estratega en marketing y creatividad con una destacada trayectoria en la industria digital. Se graduó en Diseño Multimedia en la Universidad de Huddersfield, Inglaterra, y co-fundó Happy Punk Panda, una agencia reconocida por transformar la presencia digital de marcas en Centroamérica.

A lo largo de su carrera, ha trabajado con marcas líderes como McDonald's, Pedidos Ya, Inversiones Bolivar, The North Face, St. Georges Bank en Panamá, Toyota, Under Armour, Multiplaza, entre otras. Su trabajo ha sido premiado en prestigiosos festivales de creatividad y marketing, incluyendo Cannes Lions, El Ojo de Iberoamérica, Mejor Agencia en el Festival Caribe, FePI, entre otros.

Además de liderar Happy Punk Panda, Javier ha sido profesor en la Escuela Mónica Herrera por más de 15 años y actualmente forma parte de su Consejo Superior, contribuyendo al desarrollo de nuevas generaciones en marketing, creatividad y comunicación.



René Ramos

**Head of Data en Elaniin, experto en
análisis de datos, Business Analytics,
Customer Research, Marketing Analytics**

Con más de 9 años de experiencia liderando equipos de análisis de datos en diversas industrias de Centroamérica y el Caribe. Ha trabajado en áreas como retail, consumo masivo, telecomunicaciones, banca y vehículos, desarrollando soluciones innovadoras que facilitan la toma de decisiones estratégicas. Trabajó con marcas reconocidas como Volaris, Unilever y Banco Agrícola, estableciendo departamentos de Business Intelligence y Customer Research, lo que ha permitido una mejor toma de decisiones basadas en datos. Ha liderado la implementación de proyectos de inteligencia de negocio y forecast en múltiples sectores, optimizando inversiones y mejorando el análisis del consumidor.

Cuenta con certificaciones del MIT en IA y de la Universidad de Cambridge en Business Analytics y postgrado en Business Intelligence. Es docente de las licenciaturas de La Escuela Mónica Herrera y capacitador de Executive Education para formar a nuevos líderes en el uso de datos.



Iliana Moreno

**Especialista en marketing digital
y estrategia de medios.**

Especialista en marketing digital con más de una década de experiencia en la industria publicitaria, desarrollando estrategias innovadoras para marcas de alto impacto. Actualmente, se desempeña como Media Manager, liderando la optimización de inversión en medios digitales y tradicionales para maximizar el rendimiento de las campañas de la marca.

Tiene formación académica en marketing digital, creatividad y estrategia. Ha realizado estudios en instituciones reconocidas como Brother Ad School, Madrid Content School, Universidad LCI Veritas y Cannes Lions School. Además, cuenta con un MBA en Alta Gerencia Empresarial.

Su enfoque combina creatividad, data y tecnología para desarrollar estrategias efectivas en el ecosistema digital.



María José Bustamante

Partner & Strategic Director at ADN Branding

Con 12 años de experiencia en branding y construcción de marcas, especializándose en la extracción del ADN de una marca y su comunicación estratégica a través de acciones y evidencias.

Es graduada en Comunicaciones Integradas de Marketing de la Escuela Mónica Herrera (EMH). Actualmente se encuentra en formación en Creative MBA de los Lions. Posee especializaciones en Coaching Ejecutivo y Programación Neurolingüística, lo que le permite abordar la construcción de marcas desde una perspectiva integral. Actualmente, es docente en la EMH, impartiendo la materia de Branded Content.

Paralelamente, ha trabajado en el ámbito teatral como Diseñadora de Vestuario en producciones de Black Coyote y Lolek, utilizando el vestuario como una herramienta narrativa clave. También ha participado como actriz en diversas producciones, ampliando su visión creativa en las artes escénicas.



Andrea Navas

Estratega en marketing y creatividad

Es una estratega en marketing y creatividad con amplia trayectoria en la industria digital. Actualmente es Creative Team Leader Happy Punk Panda, una agencia reconocida por impulsar la transformación digital de marcas en la región a través de un enfoque colaborativo.

A lo largo de su carrera, ha trabajado con Excel Automotriz, Grupo Promerica, Inversiones Bolívar y St. Georges Bank, entre otras, desarrollando campañas publicitarias, compra de medios y estrategias digitales alineadas con objetivos de negocio. Su enfoque innovador y habilidad para coordinar procesos creativos han asegurado que cada marca alcance visibilidad y relevancia en el competitivo entorno digital.



Omar Luna

Comunicador y analista de datos

Licenciado en Comunicación Social de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA) con una especialización en Big Data & Business Analytics de la Universidad Isabel I de Castilla.

Comunicador y analista de datos. Se ha desempeñado como docente e investigador para las cátedras de Sociología de la Comunicación y Big Data de la Escuela Mónica Herrera (EMH). Tiene una experiencia de más de 10 años en comunicación para el cambio social y pedagogía de la data, lo que le ha permitido trabajar con importantes instituciones y empresas a escala nacional e internacional, como Open Knowledge Foundation (OKFN), Internews, Fundación "Dr. Guillermo Manuel Ungo" (Fundaungo), Fundación Latitudes, CentralAmericaData.COM, Transparencia Contraloría Social y Datos Abiertos (TRACODA), Happy Punk Panda, entre otras. Actualmente, se desempeña como comunicador de datos en SocialTIC para el proyecto Escuela de Datos LATAM.



INFORMACIÓN GENERAL

FECHA DE INICIO:

23 de octubre

MODALIDAD: SEMIPRESENCIAL

Clases virtuales día martes y
sesiones presenciales los día sábado



INVERSIÓN TOTAL

\$2,680.00

Opción de financiamiento en cuotas. Descuento especial al inscribir 2 o más personas.
Descuento exclusivo al realizar un solo pago.

Si culminas satisfactoriamente todas las materias de la certificación podrás participar en nuestro Reto por competencias profesionales (El desafío) que te brindará el certificado avalado por la Escuela Mónica Herrera esto culminará en tu graduación a la Certificación.

VALOR POR PROCESO ACADÉMICO (RETO DE COMPETENCIAS + GRADUACIÓN)

\$350.00

\$ Transferencia o depósito a cuenta.

 Pago electrónico por medio de Link de pago, con tarjetas de débito o crédito

0%: Beneficio de pago: tasa 0% interés hasta 12 meses plazo con tarjetas del Bancoagrícola y Banco Cuscatlán.



INVERSIÓN Y REQUISITOS



CONTACTO

ANA RUTH MERCADO

Asesora de Programas de Formación ExEd

Escuela Mónica Herrera

Tel +503 2507-6543

Cel +503 7985-6743

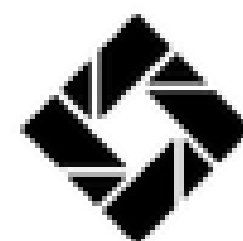
amercado@monicaherrera.edu.sv



**ESCANEA ESTE CÓDIGO PARA INICIAR
UN CHAT DE WHATSAPP CON ANA
RUTH MERCADO**



ExEd
Executive
Education



MÓNICA HERRERA