



1. INFORMACIÓN GENERAL

Nombre del programa: GROWTH MARKETING Y PRODUCT HACKING

Tipo de programa: Diplomatura

Facultad articulada: Comunicación

Duración: 120 horas

Público objetivo:

El programa en Growth Hacking está diseñado para profesionales del marketing digital, emprendedores tecnológicos y especialistas en producto digital que buscan mejorar el crecimiento de su marca o proyecto en línea. El diplomado requiere conocimientos previos a nivel básico en marketing digital, estrategia de redes sociales, analítica de métricas digitales, pauta en medios digitales y experiencia de usuario. También es importante que tenga afinidad con canales digitales y el uso de herramientas tecnológicas, ya que el curso considera la aplicación de plataformas y marcos de trabajo.

Justificación:

El mundo cambió y los productos digitales son una constante en el mercado, determinando la manera como nos comportamos y cómo hacemos las cosas durante el día a día, pero debido a la gran cantidad de emprendimientos tecnológicos y marcas aventurándose en el entorno online, nacen en el mundo de manera permanente un alto número de competidores y opciones para el usuario, por tal motivo surge la necesidad de abordar de manera eficaz y rentable el crecimiento de dichos proyectos, tanto desde el marketing digital, como desde el producto tecnológico, por esta razón aparece el Growth Hacking como la alternativa integral ideal para las empresas y los profesionales digitales que se enfrentan a desafíos cada vez más complejos y exigentes, buscando el cumplimiento de sus objetivos y consecución de resultados de manera ágil.

Objetivo general:

Desarrollar habilidades y conocimientos avanzados en estrategias de crecimiento de marcas en el entorno online y productos digitales mediante el uso de técnicas y herramientas de marketing digital, análisis de datos, experimentación y optimización, para aumentar la adquisición de usuarios, la retención y lealtad, y el aumento de ingresos y rentabilidad.

Objetivos específicos:

- Comprender los frameworks y conceptos clave para el escalamiento de negocios digitales y startups.
- Analizar casos reales a nivel global y latinoamericano para entender cómo se han aplicado las tácticas de growth hacking.
- Definir los equipos y metodologías necesarias para apoyar el escalamiento de negocios digitales y startups.
- Conocer el stack tecnológico necesario para el escalamiento y las aplicaciones de automatización en el mismo.

- Comprender las herramientas, técnicas y estrategias necesarias para implementar procesos de crecimiento acelerado en el negocio.
- Generar una mentalidad y cultura de experimentación para lograr el crecimiento.
- Analizar el negocio de forma integral para identificar oportunidades de crecimiento exponencial y continuo.
- Identificar e implementar las tácticas adecuadas para activar usuarios dentro del funnel de conversión.

ESTRUCTURA

Módulo	Temas	Créditos
MÓDULO 1 Growth mindset: Estrategias de crecimiento	• Fundamentos del Growth Hacking • Diferencias entre Growth Marketing y Product Hacking • Perfil de un Growth Hacker • Framework de abordaje • Canvas de trabajo • North Star Metric (NSM) y One Metric That Matters (OMTM) • Funnel pirata • Loops de conversión • Customer Journey • Momentos WOW – Aha moment • Análisis de audiencia • Efectos de red • Modelos de crecimiento • Cómo construir un equipo de Growth • Stack tecnológico para el escalamiento	30 horas
MÓDULO 2 Growth marketing: Fase de adquisición y activación	• Conceptos clave de la estrategia de marca y de producto • Estructura de una estrategia digital • Buyer persona • Benchmarking de competencia • Adquisición de usuarios • Activación por parte de los usuarios • Tipos de conversión • Estrategia de canales de tráfico orgánico • Estrategia de canales de tráfico pago • Motores y palancas de crecimiento • Optimizando la metodología Inbound con el espíritu de Growth • Definición y análisis de indicadores clave • Evaluación de oportunidades	30 horas
MÓDULO 3	• Retención de usuarios • Etapas de la retención • Modelo hook de retención	30 horas

Product hacking: Fase de retención y revenue	• Identificación y generación de hábitos • Construcción de triggers (disparadores) • Intención y driver de uso o consumo • Atajos mentales (heurística) • Conceptos bases del Behavioral economics • Psicología del consumidor digital • Usabilidad, UX y CRO • Gamification • CTA persuasivos (Copywriting). • Abandono de los clientes • Fidelización de clientes • Monetización de clientes • Definición y análisis de indicadores clave • Evaluación de oportunidades	
MÓDULO 4 Data mindset: Metodología analítica y de experimentación	• Fundamentos e integración de la analítica web y de producto • Tracking del comportamiento del usuario • Cálculo de ROI y modelos de atribución • Herramientas de taggeo y analítica (Google Analytics y Tag Manager) • Herramientas de visualización de data (dashboard) • Excel para marketers • Encontrando oportunidades de optimización • Pensamiento experimental • Tipos de experimento (impacto y esfuerzo) • Generación de hipótesis • Ideación y priorización de experimentos • Experimentación y medición (Growth testing) • Análisis y validación • Growth hacks • Automatización • Documentación de experimentos	30 horas
METODOLOGÍA		
Action learning (casos prácticos) y Experiential learning (aplicación real)		