



SERCA
INSTITUTO
DE ALTOS ESTUDIOS
ESPECIALIZADOS

CURSO ONLINE EN DATA-DRIVEN MARKETING: ANÁLISIS DE DATOS PARA LA TOMA DE DECISIONES COMERCIALES



FORMACIÓN PERMANENTE



WWW.INSTITUTOSERCA.COM



Acerca de **Instituto Serca**

Instituto Serca es un centro especializado en Formación de Postgrado: Másteres, Dobles Títulos de Máster, Especialistas y Expertos Universitarios, así como Cursos Homologados por Universidades. Se caracteriza por no centrarse en la formación de expedientes, sino de personas, cuyo aprendizaje dará sentido a su experiencia.

Los Másteres, Especialistas, Expertos Universitarios y Cursos que impartimos desde Instituto SERCA, cuentan con todas las garantías y exigencias de calidad, lo que hace posible que la titulación obtenida por nuestros alumnos/as sean Títulos expedidos por prestigiosas universidades.



Metodología de Estudio

- ✓ **Campus Virtual Avanzado:** Experiencia de estudio individualizada, intuitiva e interactiva.
- ✓ **Tutorización Permanente:** Nuestro equipo docente estará a disposición del alumnado desde su matriculación hasta la finalización de todo el proceso formativo.
- ✓ **Clases en vídeo y en audio:** Cada programa formativo dispone de clases en vídeo y audios específicos por materia, para reforzar el contenido teórico.
- ✓ **Metodología E-Learning:** Modalidad 100% online adaptada a las necesidades del alumnado.
- ✓ **Evaluación:** Planteamiento de casos y actividades dirigidas a la valoración competencial del programa formativo.
- ✓ **Profesorado Especializado:** Contamos con un claustro de profesores especializado que realizará un seguimiento personalizado del aprendizaje.
- ✓ **Biblioteca Digital:** A través de nuestra innovadora plataforma digital, el alumnado podrá acceder a un amplio catálogo de libros, revistas, obras de investigación y tesis doctorales.
- ✓ **Descarga automática de certificados y actualización de notas permanente.**
- ✓ **Notificaciones en tiempo real sobre el estado y evolución del estudio.**





Campus **Virtual**

- ✓ Clases en vídeo de cada materia
- ✓ Tutorías de seguimiento en directo mensuales
- ✓ Herramientas de interacción y seguimiento: tutorización permanente, foro, emails, etc.
- ✓ Consulta directa del expediente académico
- ✓ Descarga de certificados
- ✓ ¡Y mucho más!...

Presentación del Programa

Especialízate con el Curso de Data-Driven Marketing: Análisis de Datos para la Toma de Decisiones Comerciales de Instituto Serca, una formación diseñada para profesionales que desean dominar el uso estratégico de los datos en el ámbito comercial y de marketing. En un entorno empresarial cada vez más competitivo, la capacidad de transformar datos en decisiones rentables se ha convertido en una competencia imprescindible.

A lo largo del programa, abordarás desde los fundamentos del marketing basado en datos y la gestión de fuentes de información hasta técnicas avanzadas de segmentación, modelización predictiva con machine learning, optimización de campañas multicanal y visualización de datos mediante herramientas como Tableau, Power BI o Google Analytics 4. También profundizarás en estadística aplicada, diseño de KPIs, cuadros de mando y modelos de atribución.

Con esta formación online, desarrollarás un perfil profesional altamente demandado, capaz de liderar estrategias comerciales basadas en evidencias, optimizar la inversión en marketing y construir una cultura analítica en cualquier organización, ya sea en entornos B2B o B2C.



Duración: 150 horas



Créditos: 6 Créditos ECTS



Metodología: Online



Matriculación: Permanente

Programa Académico

- ✓ Comprender los fundamentos del data-driven marketing, identificando sus ventajas competitivas y desafíos organizacionales.
- ✓ Clasificar las fuentes de datos comerciales, diferenciando tipologías, criterios de calidad y marco regulatorio.
- ✓ Conocer la infraestructura tecnológica para marketing, describiendo plataformas de gestión y análisis de datos.
- ✓ Aplicar técnicas de estadística descriptiva e inferencial, diseñando experimentos y test A/B comerciales.
- ✓ Dominar técnicas de segmentación basadas en datos, utilizando modelos clúster, RFM y CLV.
- ✓ Definir KPIs y cuadros de mando, alineando métricas con los objetivos estratégicos de negocio.
- ✓ Desarrollar modelos predictivos mediante machine learning, aplicando clasificación, forecasting y sistemas de recomendación.
- ✓ Diseñar estrategias comerciales data-driven, integrando optimización de campañas, visualización y gobernanza de datos.



1: FUNDAMENTOS DEL DATA-DRIVEN MARKETING Y SU EVOLUCIÓN EN EL ENTORNO COMERCIAL CONTEMPORÁNEO

- 1.1. Definición y alcance del Data-Driven Marketing en el contexto empresarial actual
- 1.2. Evolución histórica: del marketing intuitivo al marketing basado en evidencias
- 1.3. Marco conceptual del proceso de toma de decisiones comerciales basado en datos
- 1.4. Ventajas competitivas y beneficios medibles del enfoque data-driven en las organizaciones
- 1.5. Principales barreras y desafíos para la adopción del marketing basado en datos
- 1.6. Madurez analítica de las organizaciones: modelos de evaluación y diagnóstico

2: FUENTES DE DATOS Y ECOSISTEMA DE INFORMACIÓN PARA EL MARKETING COMERCIAL

- 2.1. Tipología y clasificación de las fuentes de datos disponibles para marketing
- 2.2. Datos estructurados, semiestructurados y no estructurados en el ámbito comercial
- 2.3. Integración de fuentes de datos online y offline para una visión unificada del cliente
- 2.4. Calidad del dato: evaluación, limpieza y enriquecimiento de los conjuntos de datos
- 2.5. Marco regulatorio y ético en la gestión de datos de marketing
- 2.6. El impacto de la desaparición de las cookies de terceros en las estrategias de datos de marketing



3: INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA Y HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS DE MARKETING

- 3.1. Arquitectura de datos para marketing: componentes y diseño de la infraestructura
- 3.2. Plataformas de gestión y análisis de datos específicas del entorno de marketing
- 3.3. Herramientas de análisis estadístico y programación aplicadas al marketing
- 3.4. Soluciones de Business Intelligence aplicadas a la función comercial y de marketing
- 3.5. Implementación de sistemas de etiquetado, tracking y medición digital
- 3.6. Criterios de selección tecnológica según las necesidades, madurez y recursos de la organización

4: ANÁLISIS EXPLORATORIO DE DATOS Y ESTADÍSTICA APLICADA A DECISIONES COMERCIALES

- 4.1. Fundamentos de estadística descriptiva aplicada al análisis de datos de marketing
- 4.2. Análisis exploratorio de datos (EDA): metodología sistemática y aplicación práctica
- 4.3. Estadística inferencial aplicada a la investigación de mercados y análisis comercial
- 4.4. Análisis de correlación y regresión para la identificación de factores de influencia comercial
- 4.5. Diseño y análisis de experimentos y test A/B en entornos de marketing
- 4.6. Series temporales y análisis de tendencias en datos comerciales y de ventas



5: SEGMENTACIÓN DE MERCADOS Y ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR BASADO EN DATOS

- 5.1. Principios y objetivos de la segmentación basada en datos en el marketing actual
- 5.2. Variables y criterios de segmentación: dimensiones demográficas, psicográficas, conductuales y contextuales
- 5.3. Técnicas de análisis clúster aplicadas a la segmentación de la base de clientes
- 5.4. Análisis del valor del cliente: modelos RFM y customer lifetime value (CLV)
- 5.5. Análisis del recorrido del cliente (customer journey) mediante datos
- 5.6. Personalización y microsegmentación como estrategia comercial avanzada
- 5.7. Casos prácticos de segmentación data-driven aplicada a diferentes sectores empresariales

6: MÉTRICAS CLAVE, KPIS Y CUADROS DE MANDO PARA LA GESTIÓN COMERCIAL Y DE MARKETING

- 6.1. Definición y selección de indicadores clave de rendimiento (KPIs) alineados con la estrategia
- 6.2. Métricas fundamentales clasificadas por canal y área funcional de marketing
- 6.3. Análisis del retorno de la inversión en marketing (ROMI) y modelos de rentabilidad
- 6.4. Diseño y construcción de cuadros de mando (dashboards) para la dirección comercial
- 6.5. Sistemas de alertas, umbrales y seguimiento continuo del rendimiento comercial
- 6.6. Alineación del marco completo de métricas con los objetivos generales de negocio



7: MODELIZACIÓN PREDICTIVA Y TÉCNICAS DE MACHINE LEARNING APLICADAS AL MARKETING

- 7.1. Introducción al aprendizaje automático y su aplicación en el ámbito comercial y de marketing
- 7.2. Modelos de clasificación para la predicción de comportamientos del consumidor
- 7.3. Modelos de predicción de demanda y forecasting de ventas basados en datos
- 7.4. Sistemas de recomendación y su impacto en la estrategia comercial y la experiencia del cliente
- 7.5. Análisis de sentimiento y procesamiento de lenguaje natural aplicado al marketing y la reputación
- 7.6. Validación, interpretabilidad y despliegue de modelos predictivos en entornos reales de negocio

8: OPTIMIZACIÓN DE CAMPAÑAS Y CANALES DE MARKETING MEDIANTE ANÁLISIS DE DATOS

- 8.1. Marcos de optimización continua basados en datos para campañas de marketing multicanal
- 8.2. Optimización de campañas de publicidad digital mediante análisis de rendimiento
- 8.3. Analítica avanzada para la optimización del email marketing y la automatización de comunicaciones
- 8.4. Optimización de la conversión en activos digitales (CRO) basada en datos
- 8.5. Modelos de atribución multicanal para la distribución del valor de las conversiones
- 8.6. Estrategias de optimización del mix de canales basadas en datos integrados de rendimiento
- 8.7. Análisis de la competencia y benchmarking como inputs para la optimización de campañas



9: VISUALIZACIÓN DE DATOS Y COMUNICACIÓN DE INSIGHTS PARA LA TOMA DE DECISIONES COMERCIALES

- 9.1. Principios fundamentales de visualización de datos aplicados al contexto de marketing y ventas
- 9.2. Herramientas de visualización y reporting para profesionales del marketing
- 9.3. Técnicas de storytelling con datos para la comunicación persuasiva de resultados
- 9.4. Diseño de informes y presentaciones adaptados a diferentes audiencias empresariales
- 9.5. Errores frecuentes en la visualización y comunicación de datos de marketing y cómo evitarlos
- 9.6. Automatización de informes y construcción de sistemas de reporting en tiempo real

10: ESTRATEGIA COMERCIAL DATA-DRIVEN: GOBERNANZA, CULTURA ORGANIZACIONAL Y APLICACIÓN INTEGRAL

- 10.1. Diseño de una estrategia de datos integral para la función comercial y de marketing
- 10.2. Gobernanza de datos en el ámbito de marketing: roles, procesos y políticas
- 10.3. Construcción de una cultura data-driven en equipos comerciales y de marketing
- 10.4. Integración y colaboración de equipos multidisciplinares: marketing, ventas, datos y tecnología
- 10.5. Ética, privacidad y responsabilidad en el uso de datos para decisiones comerciales
- 10.6. Tendencias emergentes: inteligencia artificial generativa, datos sintéticos y marketing predictivo avanzado
- 10.7. Casos integrales de aplicación del data-driven marketing en organizaciones reales



Titulación y Certificaciones



El alumno/a recibirá un **Certificado universitario** emitido por la **Universidad EUNEIZ**.



Descarga de certificados expedidos por Instituto Serca desde la Secretaría Virtual de nuestro Campus.



Proceso de **Matriculación**



Formalización de la matrícula:

- Completar y enviar el formulario de matriculación. Tras recibirlo, automáticamente le enviaremos sus claves de acceso a pagos/facturas.
- Una vez abonado el importe completo del Programa Formativo, el alumno/a recibirá los accesos al Campus Virtual y podrá iniciar su estudio.

Matricúlate

Más información



Métodos y facilidad de Pagos

- ✓ **Facilidad de pago:** Opciones de pago fraccionado sin intereses.
- ✓ **Seguridad:** Plataforma de pago online segura y encriptada.
- ✓ **Flexibilidad:** Varias opciones de pago como tarjeta de crédito, débito, transferencia bancaria y PayPal.
- ✓ **Descuentos:** Ofrecemos descuentos directos aplicados automáticamente al realizar la matrícula en nuestra web.
- ✓ **Simplicidad:** Proceso de pago simple e intuitivo en pocos pasos.
- ✓ **Facturación:** Descarga de facturas en el área de pagos.



¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



Calidad en la enseñanza

Miles de alumnos/as de todo el mundo avalan nuestra **calidad** y nuestros **sistemas de enseñanza**, haciendo con Instituto Serca su especialización profesional.



Contenidos actualizados

Permanente actualización y mejora de contenidos. Instituto Serca está afiliado a las más prestigiosas instituciones de los ámbitos de **psicología, sanidad y educación**, para estar actualizados en las últimas innovaciones científicas y didácticas.



Profesionales de primer nivel

Nuestros programas formativos están diseñados por **profesionales de primer nivel** con amplia experiencia y siempre orientados al éxito profesional del alumnado.

¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



A tu ritmo

Nos adaptamos al **ritmo de aprendizaje** de cada alumno/a. Nuestra metodología permite adaptarnos a las necesidades formativas individuales, garantizando así nuestra atención individualizada.



Tutorización

En Instituto Serca los alumnos/as disponen de un **tutor/a** a su disposición desde el momento de su matriculación, siendo prioritaria la resolución de dudas en el mínimo plazo.



Clases en vídeo

Clases en vídeo por materia para reforzar el contenido teórico. Además dispondrá de manera sistemática de un webinar de resolución de dudas.



SERCA

INSTITUTO
DE ALTOS ESTUDIOS
ESPECIALIZADOS



¿Necesita más **información**?

 www.institutoserca.com

 info@institutoserca.com

 +34 958 372 363 / 660 880 416

