

PROGRAMA ESPECIALIZADO

## GESTIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING

TOMA DECISIONES ANTICIPANDO LOS CAMBIOS DEL MERCADO

# INTRODUCCIÓN

Ante una oferta cada vez más diversa, los consumidores disponen de más opciones para cubrir sus necesidades y de mayor poder de negociación, cambian con frecuencia sus hábitos y preferencias, exigen un mayor valor agregado y acceden al mercado a través de sofisticados métodos tecnológicos. Este nuevo escenario obliga a las empresas a contar con profesionales capaces de enfrentar entornos altamente competitivos y globalizados, generar valor diferencial y manejar un conocimiento amplio del mercado, la competencia, los canales de distribución, el comportamiento del consumidor y las herramientas de atención al cliente.

Como respuesta a esos desafíos, la Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas y la Dirección de Educación Continua (DEC) de la Universidad de Lima presentan el Programa Especializado en Gestión Estratégica de Marketing, cuyo propósito es brindar conocimientos y herramientas modernas de gestión que potencien significativamente las aptitudes y competencias gerenciales de los participantes para su desempeño exitoso en las áreas comerciales del negocio.

## PROPUESTA DE VALOR

- Respaldo académico y metodológico de la Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas de la Universidad de Lima, cuyas carreras están acreditadas internacionalmente por el Instituto Internacional para el Aseguramiento de la Calidad (IAC).
- 167 horas de clases presenciales (siete meses aproximadamente) impartidas por una plana docente de profesionales que destacan en la especialidad de *marketing* en empresas líderes del país y del mundo, y que comparten la actividad académica con el ejercicio profesional.
- Plan de estudios innovador enfocado en la formación de las aptitudes y las competencias gerenciales del participante, quien debe ser capaz de tomar decisiones estratégicas en el área comercial de su organización.
- Enfoque metodológico teórico y práctico basado en la resolución de casos empresariales de actualidad, simulaciones, entre otros recursos pedagógicos que permiten aplicar inmediatamente los conocimientos adquiridos.
- Desarrollo de un taller de *design thinking*, metodología experiencial que busca fortalecer las competencias de los participantes mediante la incorporación de la innovación como medio para pensar diferente y el empleo de la creatividad en el desarrollo de estrategias de *marketing* innovadoras.
- Elaboración de un plan de *marketing* integrador con la finalidad de consolidar todos los conocimientos y competencias adquiridos a lo largo del programa. El equipo evaluador de las presentaciones estará compuesto por profesionales de amplia experiencia en el rubro.

- Visita de estudio a una organización referente del mercado.
- Diploma de Especialización Avanzada en Gestión Estratégica de Marketing otorgado por la Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas de la Universidad de Lima.
- Acceso a los recursos de información que ofrece nuestra biblioteca (una de las más modernas de Latinoamérica) en sus diferentes modalidades: impresos, electrónicos y audiovisuales.
- Infraestructura física, tecnológica y de recursos educativos de clase mundial. Acceso a las salas de *focus group* para la medición de los estudios de mercado.
- Horario ejecutivo y acceso a Ulima Laboral *online*, servicio de publicación de vacantes utilizado por más de 5.000 empresas asociadas para el reclutamiento de su personal.

## DIRIGIDO A

Profesionales que ejercen funciones de responsabilidad en las áreas de *marketing*. Empresarios interesados en adquirir conocimientos actualizados de gestión comercial para aplicarlos en sus negocios. Asimismo, profesionales de diversas especialidades interesados en desarrollar una carrera en el área o aplicar los conceptos de *marketing* en nuevos proyectos o emprendimientos.

## OBJETIVO GENERAL

Al finalizar el programa, el participante será capaz de integrar conceptos del *marketing* para tomar las mejores decisiones en sus organizaciones y generar valor para el cliente a través de oportunidades de negocio rentables.

# CONTENIDO

El programa comprende nueve asignaturas y un taller sobre innovación, los cuales suman un total de 167 horas.

## Módulo I

Fundamentos de Marketing **18<sup>HORAS</sup>**

Gerencia de Producto y Branding **18<sup>HORAS</sup>**

Comportamiento del Consumidor e Investigación de Mercados **18<sup>HORAS</sup>**

## Módulo II

Pricing & Revenue Management **15<sup>HORAS</sup>**

Gestión de Canales de Venta **18<sup>HORAS</sup>**

Comunicaciones Integradas de Marketing **18<sup>HORAS</sup>**

## Módulo III

Marketing Digital y Social Media **18<sup>HORAS</sup>**

Taller: Design Thinking For Marketing Innovation **8<sup>HORAS</sup>**

## Módulo IV

Finanzas para el Marketing y las Ventas **15<sup>HORAS</sup>**

Dirección Estratégica de Marketing – Plan de Marketing Integrador **21<sup>HORAS</sup>**

**Total **167<sup>HORAS</sup>****

# PLANA DOCENTE

## CLAUDIA AGUILAR IPARRAGUIRRE



Actualmente, es gerente general de Orekan, consultora especializada en *marketing* personal, desarrollo de habilidades directivas y *coaching* ejecutivo. Cuenta con más de doce años de experiencia internacional en *marketing*, administración de proyectos y consultoría. Se ha desempeñado en cargos directivos en Corporación Aramburú, Datum Internacional y Arellano Marketing. Es docente en la Universidad de Lima. Magíster en Marketing y máster en Responsabilidad Social Corporativa por EADA (España) y Centrum PUCP. Es egresada de la Maestría en Educación por la Universidad Femenina del Sagrado Corazón (Unife). Licenciada en Administración por la Universidad de Lima.

## JAVIER BENAVIDES ZÚÑIGA



Gerente regional de operaciones de *marketing* en Procter & Gamble. Tiene más de catorce años de experiencia desempeñando funciones directivas en el área de *marketing* para marcas reconocidas en el mercado internacional, en las categorías de pañales, *shampoo* y detergentes. Ha trabajado en el área comercial del canal moderno y tradicional en Gillette Perú. Candidato a magíster en Dirección Estratégica de Contenidos por la Universidad de Lima. Es magíster en Marketing por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas y administrador por la Universidad de Lima.

## JAVIER FERNÁNDEZ RIVERA



Actualmente es gerente comercial de micro, mediana y pequeña empresa en Entel Perú. Durante dieciséis años, ha trabajado en Backus, subsidiaria de SABMiller, empresa líder global en la producción y comercialización de bebidas. Cuenta con vasta experiencia en dirección general de negocios y gestión comercial en unidades de negocio de primer nivel. Es docente en la Universidad de Lima. MBA por el Instituto Tecnológico de Monterrey. Cuenta con estudios de posgrado en INCAE (Costa Rica) y la Universidad de Piura. Es ingeniero industrial por la Universidad de Lima.

## RAFAEL MACÍAS ARDITTO



Gerente general de Corporación TDN S.A.C. Todinno. Tiene más de quince años de experiencia gerencial en empresas líderes de la industria de consumo masivo como Axur S.A., Clorox Perú S.A., Protisa Perú y Publicidad Causa S.A. Magíster en Marketing Science por ESIC Business and Marketing School (España) y magíster en Marketing por la Universidad ESAN. Realizó estudios de posgrado en el MEDEX Executive MBA de la Universidad de Piura y Trade Marketing por el Instituto Tecnológico de Monterrey. Es licenciado en Administración de Empresas por la Universidad de Lima.

## FABIO MORY CORNEJO



Más de diez años de experiencia liderando empresas locales y transnacionales en el sistema financiero y *retail*. Actualmente, es asesor en la implementación de estrategias y gestión comercial de negocios y empresas. Ha sido gerente de administración y finanzas en Sokso S.A. (venta de moda por catálogo y servicios logísticos), Placacentro Masisa, Payless Shoesource Perú, Carsa, Western Union. Magíster en Dirección y Gestión Financiera por la Universidad Politécnica de Cataluña (España). Cuenta con un posgrado en Supply Chain Management por la Universidad de Ciencias Aplicadas. Contador público por la Pontificia Universidad Católica del Perú.

## GUSTAVO REYES VERGARA



Gerente de desarrollo de la categoría *sparkling soft drink* en Corporación Lindley. Experiencia en consumo masivo como líder de áreas de *consumer & shopper marketing*, inteligencia de mercados, investigación de mercados, *revenue & pricing management*, *business analysis*, entre otras. Es magíster en Marketing Science por ESIC Business & Marketing School (España) y magíster en Administración Estratégica de Empresas por Centrum PUCP. Especialista en Marketing por la Universidad ESAN y economista por la Universidad Nacional Agraria La Molina.

## GIULIANA ROBLES NORIEGA



Actualmente es consultora independiente en *marketing*. Gerente de *marketing* en Canvia (antes GMD). Se ha desempeñado como gerente de Marketing para Sudamérica y Europa en Avianca. Ha trabajado en las gerencias de *marketing* de empresas como Indumotora del Perú (Subaru y BYD) y de empresas internacionales como Sara Lee Southern Europe, entre otras. MBA por ESADE Business School. Cursa la Maestría en Coaching y Liderazgo en OBS Business School. Psicóloga por la Pontificia Universidad Católica del Perú.

## HUGO RODRÍGUEZ BARBA



Actualmente es *managing partner* y consultor especializado en *go to market* para la región andina y Brasil de Logyt Andina S.A.C., Consultora especializada en optimización de la cadena de valor. Cuenta con más de veinte años de experiencia en la alta dirección como gerente general y director comercial y de ventas en multinacionales de Brasil, Chile y Perú líderes en diversos sectores de *retail* (supermercados y farmacias) y de consumo masivo, tales como Procter & Gamble, PepsiCo, FASA, Grupo Pão de Açúcar y BBVA. Fue KAM para Latinoamérica de los clientes globales Royal Ahold y Promodes - Continente. Magíster en Administración de Negocios por la Universidad ESAN. Ingeniero pesquero por la Universidad Nacional Agraria La Molina.

## ANTONIO ROJAS DELGADO



*Executive associate director* en la agencia digital Ariadna Perú (parte del grupo ADN Digital, que se encuentra en once países y tiene trece oficinas en la región). También es socio y fundador de la central de medios digital La Mediática, que tiene más de ocho años de operación. Emprendedor especializado en comunicación digital con más de diecinueve años de experiencia. Ha escrito más de cincuenta columnas de opinión y ha participado como *speaker* en varios eventos locales e internacionales. Es bachiller en Ingeniería Informática por la Pontificia Universidad Católica del Perú.

## OMAR VITE LEÓN



Especialista en comunicaciones, *marketing*, innovación y *design thinking*. Se desempeñó como jefe de producto en el Grupo Editorial Norma, *research analyst* en Liquid (agencia en la que tuvo como clientes a Ripley, Claro, BBVA Banco Continental y Pepsico) y director creativo en Nevacom (agencia en la que tuvo como clientes a Plaza Norte, Philips y Peugeot). Docente en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Pontificia Universidad Católica del Perú, Universidad de Lima, Universidad San Martín de Porres, UCAL e ISIL. Cuenta con especializaciones en Design Thinking y Cocreación, Innovación y Future Thinking, y Service Design e Innovación por el Instituto Europeo de Diseño (IED) en España. Licenciado en Arte con mención en Diseño Gráfico y magíster en Comunicaciones por la Pontificia Universidad Católica del Perú.

### NOTA:

Los profesores que por algún imprevisto no puedan asistir a las sesiones programadas serán reemplazados oportunamente por docentes de similar perfil académico y profesional.

## COORDINADOR ACADÉMICO

### GESLAINÉ AVALOS RODRÍGUEZ



Más de diez años de experiencia en el área de *marketing* y ventas en empresas líderes de diversos sectores tanto de bienes como de servicios. Ha sido gerente de comercialización en Corporación Franquiciada de Pardos Chicken, y ha ocupado cargos en el área de *marketing* en empresas como Corporación Lindley, Centrum PUCP, Sony Perú, entre otras. Magíster en Administración Estratégica de Empresas por Centrum PUCP. Cuenta con un diploma de la Especialización de Marketing y Ventas de la misma casa de estudios. Es licenciada en Administración de Empresas por la Pontificia Universidad Católica del Perú.

# FORTALEZAS

## De la Universidad de Lima

### Acreditación internacional



Centro  
Interuniversitario  
de Desarrollo

La Universidad de Lima se encuentra acreditada internacionalmente por el Instituto Internacional para el Aseguramiento de la Calidad (IAC).



#### QS Stars University Ranking 2018<sup>2</sup>

De un total de 5 estrellas QS, contamos con 4 en enseñanza, empleabilidad e innovación, y 5 en inclusión social.



La Universidad de Lima se encuentra en el **Top 1.000** de las mejores universidades del mundo según **QS World University Rankings** 2020. Solo tres universidades peruanas se encuentran en similar posición.

**1972 - 2019**

#### +55 AÑOS

De prestigio y reconocimiento nacional en la formación de líderes valiosos para la sociedad, quienes transforman y mejoran el país.



#### EMPLEABILIDAD

- Egresados en cargos de alta gerencia y miembros de los consejos directivos de las empresas con mejor reputación del Perú.<sup>3</sup>
- 95 % de egresados se insertan en el mundo laboral antes de cumplir un año de egreso.<sup>4</sup>
- Egresados mejor remunerados a nivel nacional.<sup>5</sup>
- Nuestros alumnos, graduados y egresados de los programas especializados de Educación Ejecutiva tienen acceso a Ulma Laboral *online*, servicio de publicación de vacantes (más de 18.000 al año) utilizado por más de 8.000 empresas top asociadas para el reclutamiento de su personal.

<sup>2</sup> QS Stars, de QS World University Rankings, es uno de los más prestigiosos sistemas de ranking universitario a nivel mundial.

<sup>3</sup> Fuente: Ranking Merco Perú 2017 "Las 100 empresas y los 100 líderes con mejor reputación".

<sup>4</sup> Fuente: Encuesta de Satisfacción de Egresados 2018 (Oficina de Planificación y Acreditación de la Universidad de Lima).

<sup>5</sup> Fuente: Portal Ponte en Carrera.



#### INTERNACIONALIZACIÓN

Contamos con más de 130 convenios internacionales que les dan a nuestros alumnos la oportunidad de crecer en entornos globales y expandir su red de contactos.



#### INFRAESTRUCTURA FÍSICA, TECNOLÓGICA Y DE RECURSOS EDUCATIVOS DE ÚLTIMA GENERACIÓN

Además, contamos con estacionamientos para más de 1.550 automóviles.

## De la Dirección de Educación Continua

**+ 20 AÑOS**

De experiencia en educación ejecutiva.

**+ 50.000**

De egresados de programas y cursos especializados.

**94 %** de satisfacción<sup>6</sup>

**ALTO NIVEL DE SATISFACCIÓN DE NUESTROS ESTUDIANTES**

**+ 3.000**

**Organizaciones** de los sectores público y privado nos han brindado su confianza para desarrollar el talento de sus colaboradores.



**MERCER**

**Project Management R.E.P. Institute**



**EY**  
Building a better working world

#### ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Con reconocidas instituciones para el desarrollo de nuestros programas especializados.

<sup>6</sup> Fuente: Encuesta de Satisfacción de Egresados de Cursos y Programas de Educación Ejecutiva 2018 (Dirección de Educación Continua de la Universidad de Lima).

# METODOLOGÍA

El programa se desarrollará con una metodología teórico-práctica orientada al desarrollo de conceptos, productos, casos, metodologías y técnicas. Asimismo, incluye los siguientes aspectos:

- Análisis de casos empresariales de actualidad que facilita el entendimiento de herramientas y métodos innovadores aplicables a problemáticas organizacionales específicas. Además, integra la formación personalizada y el acompañamiento en el desarrollo individual con la capacidad de trabajar en equipo y lograr sinergias.
- Al finalizar el programa, los participantes tendrán que presentar un plan de *marketing* integrador por equipos. Para su elaboración, emplearán técnicas de trabajo colaborativo, exposiciones explicativas, reflexiones individuales y materiales audiovisuales, de tal manera que sea posible integrar todos los conocimientos y competencias adquiridos durante el programa. Este trabajo será evaluado por profesionales de amplia experiencia en el rubro.
- Se realizará una visita de estudio a una organización referente del mercado con el fin de reforzar los conocimientos adquiridos en las sesiones de clase.

# SISTEMA DE EVALUACIÓN

La nota final de cada asignatura se obtendrá del promedio ponderado de las notas que conforman la tarea académica (controles de lectura, trabajos prácticos, desarrollo de casos) y la evaluación final. La nota final del programa especializado se obtendrá del promedio ponderado de las notas de cada asignatura, así como de la evaluación del plan de *marketing* integrador.

# CERTIFICACIÓN

Los alumnos que hayan aprobado satisfactoriamente todas las asignaturas del programa de especialización y asistido regularmente a clases, de acuerdo con lo estipulado por el Reglamento de Estudios de la Dirección de Educación Continua, obtendrán el Diploma de Especialización Avanzada en Gestión Estratégica de Marketing otorgado por la Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas de la Universidad de Lima.

# REQUISITOS

- Diploma de bachiller o título universitario y acreditar dos años de experiencia laboral como mínimo.
- En su defecto, acreditar dos años de experiencia laboral, como mínimo, en jefaturas relacionadas al área.

# PROCESO DE ADMISIÓN

El postulante deberá presentar los siguientes documentos:

- Ficha de inscripción.
- DNI en copia simple o escaneada.
- *Curriculum vitae* no documentado.
- Solo para los casos que no estén registrados en Sunedu: copia del diploma de grado o título universitario certificada por un notario o por el secretario general de la universidad de origen. Los documentos emitidos en el extranjero deberán ser sellados y firmados por el Consulado del Perú en el país de origen, y visados por el Ministerio de Relaciones Exteriores en el Perú. Cuando corresponda, se debe seguir el trámite de la apostilla de La Haya.
- Documento que acredite una experiencia laboral de dos años como mínimo.
- Una fotografía a color tamaño pasaporte y en fondo blanco (sin anteojos y con vestimenta formal). Esta es indispensable para la emisión del carné y del diploma.
- Cuestionario de admisión debidamente diligenciado.

# PROCESO DE SELECCIÓN

- Evaluación del *curriculum vitae* no documentado.
- Entrevista personal.

# TESTIMONIOS



**JORGE MC FARLANE OLAZÁBAL**  
DIRECTOR EJECUTIVO - FÚTBOL MÁS PERÚ  
EGRESADO DEL PROGRAMA 2016

"Opté por el Programa de Especialización Avanzada en Gestión Estratégica de Marketing y Dirección Comercial motivado por incrementar mis conocimientos sobre *marketing* y ventas. Me interesaba, sobre todo, aplicar lo que aprendiera en mis acciones futuras dentro de la organización donde laboro. Sin duda, se trató de una excelente decisión, ya que profesores altamente calificados compartieron experiencias que aportaron mucho a mi aprendizaje. Además, en el programa se generó una red de contactos muy valiosa".



**CHRISTIAN ZAPATA SIALER**  
GERENTE GENERAL - AROMAS PERUANOS RESTAURANTE S.A.C.  
EGRESADO DEL PROGRAMA 2015

"Elegí este programa por el perfil de los docentes: tienen mucha experiencia en el mercado y eso es un gran diferencial. Además, el programa es uno de los más completos en el mercado gracias a su contenido actualizado. Por mi trabajo tenía mucho conocimiento empírico, pero gracias al programa he podido conocer y explorar más temas sobre el *marketing* y la gestión comercial, temas de conocimiento necesario para todo profesional. Lo más importante es poder aplicar lo aprendido en mi trabajo".

## INFORMES E INSCRIPCIONES

---

Universidad de Lima  
Edificio N, cuarto piso  
Teléfono 437 6767 anexo 32221  
✉ [educacionejecutiva@ulima.edu.pe](mailto:educacionejecutiva@ulima.edu.pe)  
🌐 [www.ulima.edu.pe/educacion-ejecutiva](http://www.ulima.edu.pe/educacion-ejecutiva)  
ƒ/[EducacionEjecutivaUlma](#)