

	Currículum de la Maestría en Customer Intelligence		
	NOMBRE	CARGO	FECHA
Elaborado por:	Ada Kanashiro	Director Académico	04.03.19
Revisado por:	Liliana Alvarado	Director General de EPG	04.03.19
Aprobado por:	Liliana Alvarado	Director General de EPG	04.03.19
			Código: EPG – CU002
			Versión: 01 - 2019

1. FACULTAD / ESCUELA:

Escuela de Postgrado

2. CARRERA

Maestría en Customer Intelligence

3. MODALIDAD

Presencial

4. OBJETIVO:

El objetivo de la Maestría es desarrollar competencias en la gestión e interpretación de la información de los clientes desde una perspectiva funcional e integradora para construir relaciones sólidas entre las empresas y sus clientes con el fin de minimizar el riesgo en la toma de decisiones estratégicas y generar oportunidades de negocio.

5. PERFIL DEL INGRESANTE:

El postulante de la Maestría en Customer Intelligence de la Escuela de Postgrado UTP es un profesional que busca complementar y actualizar competencias comerciales, tecnológicas y de sistemas de información para tener una visión holística e incrementar la productividad y agregar valor a la empresa. Además, irá desarrollando durante la Maestría una serie de competencias que son parte de los objetivos de su formación que requieren algunas condiciones iniciales que se expresan en habilidades básicas relacionadas a las áreas evaluadas en los procesos de admisión éstas son las siguientes:

- Preguntas de cultura general: desarrolla pensamiento crítico para juzgar el entorno.
- Resolución de problemas: analiza y plantea soluciones a problemas matemáticos simples.
- Razonamiento verbal: razona, hace análisis de conclusiones lógicas posibles y necesarias y verifica los datos.
- Motivación para la postulación: sustenta su motivación para postular al programa y las competencias que buscar desarrollar.

6. PERFIL DEL EGRESADO:

6.1. DESCRIPCIÓN:

El egresado de la Maestría en Customer Intelligence será un profesional capaz de:

- Liderar procesos para transformación de datos en información y conocimiento.
- Implementar métodos de investigación a la solución de problemas orientados con el cliente.
- Comprender las herramientas y funcionalidades de las soluciones de inteligencia de negocios e indicadores de desempeño.
- Aplicar técnicas de análisis y segmentación para gestionar eficientemente la información de los clientes.

- Analizar las interacciones del cliente con los puntos de contacto de la empresa, los flujos de información y el acceso a base de datos.
- Gestionar el impacto del ecosistema móvil y cloud en la toma de decisiones estratégicas en la empresa.
- Comprender el impacto de la legislación sobre la protección a la privacidad de datos personales y consideraciones éticas.

6.2. COMPETENCIAS GENERALES:

Innovación y Espíritu Emprendedor: Aplica métodos para cuestionar el pensamiento convencional y plantear propuestas novedosas que hagan posible resolver las situaciones que se presentan. El emprendimiento permite crear nuevos modelos de negocio.

Liderazgo y Trabajo en Equipo: Aplica estrategias enfocadas en motivar a los miembros de su equipo para trabajar por el logro de objetivos comunes, además de influir en las creencias, valores y acciones del grupo para mantener el compromiso y lograr alto rendimiento.

Orientación a Resultados: Aplica estrategias para realizar seguimiento a los indicadores, con el objetivo de optimizar los resultados de la organización en general e implementar los ajustes necesarios.

Sensibilidad al Entorno: Adquiere habilidades para analizar la situación actual y obtener una visión holística de la realidad con problemáticas reales del mundo empresarial.

Visión Global e Integrada: Maneja herramientas que permiten identificar tendencias más allá de las fronteras y desarrollar habilidades para la gestión empresarial en diferentes contextos.

6.3. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

Capacidad Analítica y Deductiva: Adquiere destrezas para el análisis aplicado a la resolución de problemas y la toma de decisiones empleando el método analítico y deductivo basado en la gestión de la información disponible.

Pensamiento y Desarrollo Directivo para Inteligencia Comercial: Adquiere una visión integral de los procesos de la empresa y el impacto en la inteligencia comercial en la toma de decisiones, el desempeño organizacional, el logro de las metas propuestas y el compromiso del talento humano.

Enfoque cliente-céntrico de la organización: Aplica estrategias enfocadas en la satisfacción del cliente a través de la gestión de la relación y la generación de experiencias con el objetivo de optimizar los puntos de interacción para fidelizar al cliente.

Gestión de los Datos: Estructura un plan para la gestión de los datos, ya sean ordenados o dispersos, para obtener información relevante que permita su aplicación en la toma de decisiones, identificando oportunidades y reduciendo los riesgos.

6.4. AMBITO LABORAL:

El egresado tiene las competencias necesarias para obtener información aplicada a la toma de decisiones, identificando herramientas apropiadas que permitan transformar los datos en información útil para el análisis y la inteligencia de negocios. Por ello, su ámbito laboral de puede definir como:

Empresas Comerciales, de Servicios, Retail, Industriales y Financieras: Profesionales que puedan ejercer cargos de Gerente de Inteligencia de Negocios, Gerente y Sub-gerente de Inteligencia Comercial. También se puede desempeñar en cargos de Director Comercial, Director de marketing, Gerente multicanal, Key Account Manager, Gerente de campañas de marketing, Jefe de Database marketing, Jefe de Big Data, Jefe de Driven-Data Marketing, Jefe de calidad de datos, Jefe de Minería de Datos y Jefe arquitecto de datos.

Asimismo, pueden realizar labores como Gerente de CRM y Business intelligence, Gerente de Sistemas, Gerente de Riesgo y créditos, Gerentes de Sucursal, Sub-gerente de Customer Management, Sub-Gerente de retail, Sub-gerente desarrollo CMR, Gerente de Negocios, Sub-gerente, Gerente canales remotos y Subgerente de productos financieros.

6.5. GRADO:

Grado Académico de Maestro en Customer Intelligence

7. MALLA CURRICULAR:

	CICLO 1	CICLO 2	CICLO 3	CICLO 4	
CURSOS	Inteligencia Estratégica I 1	Insights del Consumidor 1	Gestión del Cambio 1	Customer Centric 1	
	Inteligencia Estratégica II 1	Customer Relationship Management - CRM 2	Aspectos Legales, Éticos y Regulatorios 1	Gestión de Proyectos 2	
	Dirección Estratégica 2	Customer Experience Management - CEM 1	Herramientas para la Gestión 2	KPI's y Tablero de Control 1	
	Customer Intelligence en el Entorno Empresarial 1	Business Analytics y DataMining 2	Marketing Digital y Analítica Web 2	Ecosistema Móvil 1	
	Business Model Canvas 1	Selección y Evaluación de Herramientas 2	Negociación 1	Legos Serious Play 1	
	Arquitectura y Base de Datos 2	Start-ups y Emprendimiento 2	Presentaciones de Alto Impacto 1	Elaboración de Tesis 3	
	Innovación y Design Thinking 2	Comercio Electrónico 1	Proyecto de Tesis 3		
	Marketing Contemporáneo 2	Comunicación Efectiva 1	Simulador Business Management 2		
	Liderazgo Gerencial 1	Estrategia Go 1			
CRÉDITOS	13	13	13	9	48

8. PLAN DE ESTUDIO:

	CURSO	TOTAL HORAS TEORÍA	TOTAL HORAS PRÁCTICA	CRÉDITOS	TIPO	PRE-REQUISITO
I CICLO						
100000ES11	Inteligencia Estratégica I	16	0	1.00	Obligatorio	No hay pre requisito
100000ES13	Inteligencia Estratégica II	16	0	1.00	Obligatorio	No hay pre requisito
100000GL11	Dirección Estratégica	32	0	2.00	Obligatorio	No hay pre requisito
100000ES12	Customer Intelligence en el Entorno Empresarial	16	0	1.00	Obligatorio	No hay pre requisito
100000IE31	Business Model Canvas	16	0	1.00	Obligatorio	No hay pre requisito
100000GP11	Arquitectura y Base de Datos	32	0	2.00	Obligatorio	No hay pre requisito
200000IE1A	Innovación y Design Thinking	32	0	2.00	Obligatorio	No hay pre requisito
100000MK11	Marketing Contemporáneo	32	0	2.00	Obligatorio	No hay pre requisito
100000HL12	Liderazgo Gerencial	16	0	1.00	Obligatorio	No hay pre requisito
TOTAL:				13.00		
II CICLO						
100000ES21	Insights del Consumidor	16	0	1.00	Obligatorio	No hay pre requisito
100000ES22	Customer Relationship Management - CRM	32	0	2.00	Obligatorio	No hay pre requisito
100000ES23	Customer Experience Management - CEM	16	0	1.00	Obligatorio	No hay pre requisito
100000GP21	Business Analytics y DataMining	32	0	2.00	Obligatorio	No hay pre requisito
100000GP22	Selección y Evaluación de Herramientas	32	0	2.00	Obligatorio	No hay pre requisito
100000IE41	Start-ups y Emprendimiento	32	0	2.00	Obligatorio	No hay pre requisito
100000IE21	Comercio Electrónico	16	0	1.00	Obligatorio	No hay pre requisito
100000HL25	Comunicación Efectiva	16	0	1.00	Obligatorio	No hay pre requisito
100000HL21	Estrategia Go	16	0	1.00	Obligatorio	No hay pre requisito
TOTAL:				13.00		
III CICLO						
100000ES31	Gestión del Cambio	16	0	1.00	Obligatorio	No hay pre requisito
100000ES32	Aspectos Legales, Éticos y Regulatorios	16	0	1.00	Obligatorio	No hay pre requisito
100000GP31	Herramientas para la Gestión	32	0	2.00	Obligatorio	No hay pre requisito
100000IE22	Marketing Digital y Analítica Web	32	0	2.00	Obligatorio	No hay pre requisito
100000HL33	Negociación	16	0	1.00	Obligatorio	No hay pre requisito
100000LL34	Presentaciones de Alto Impacto	16	0	1.00	Obligatorio	No hay pre requisito
100000IT31	Proyecto de Tesis	48	0	3.00	Obligatorio	No hay pre requisito
100000DE41	Simulador Business Management	32	0	2.00	Obligatorio	No hay pre requisito
TOTAL:				13.00		
IV CICLO						
100000ES41	Customer Centric	16	0	1.00	Obligatorio	No hay pre requisito
100000ES42	Gestión de Proyectos	32	0	2.00	Obligatorio	No hay pre requisito
100000GP41	KPI's y Tablero de Control	16	0	1.00	Obligatorio	No hay pre requisito
100000IE42	Ecosistema Móvil	16	0	1.00	Obligatorio	No hay pre requisito
100000HL41	Lego Serious Play	16	0	1.00	Obligatorio	No hay pre requisito
100000IT42	Elaboración de Tesis	48	0	3.00	Obligatorio	IT31
TOTAL:				9.00		

9. CONTROL DE CAMBIOS

Versión que está cambiando	Ítem	Detalle	Persona que solicitó el cambio
01 – 2018	7 y 8	<ul style="list-style-type: none">- Se especifican los prerrequisitos por curso.- Se cambian nombres de 4 cursos por: Customer Intelligence en el Entorno Empresarial, Estrategia Go, Herramientas para la Gestión, Lego Serious Play.	Liliana Alvarado Directora General UTP