

	<b>Currículo de la Maestría en Marketing y Gestión Comercial</b>		
	<b>NOMBRE</b>	<b>CARGO</b>	<b>FECHA</b>
<b>Elaborado por:</b>	Ada Kanashiro	Director Académico	04.03.19
<b>Revisado por:</b>	Liliana Alvarado	Director General de EPG	04.03.19
<b>Aprobado por:</b>	Liliana Alvarado	Director General de EPG	04.03.19
			<b>Código:</b> EPG – CU007
			<b>Versión:</b> 01 - 2019

#### 1. FACULTAD / ESCUELA:

Escuela de Postgrado UTP

#### 2. CARRERA

Maestría en Marketing y Gestión Comercial

#### 3. MODALIDAD

Presencial

#### 4. OBJETIVO:

El objetivo de la Maestría es desarrollar las competencias necesarias para diseñar e implementar estrategias de marketing en un entorno cambiante el cual requiere un enfoque orientado a la diferenciación y generación de valor. El programa promueve la planificación comercial basada en las necesidades del consumidor en un mundo digital y dinámico.

#### 5. PERFIL DEL INGRESANTE:

El postulante de la Maestría en Marketing y Gestión Comercial de la Escuela de Postgrado UTP es un profesional que busca desarrollar competencias para diseñar e implementar estrategias de marketing en un entorno cambiante. 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 Marketing y Gestión Comercial es un profesional capaz de:

- Comprender las necesidades del consumidor y generar valor.
- Estructurar un plan estratégico de marketing.
- Planificar las actividades comerciales y gestionar eficientemente los recursos.
- Diseñar una estrategia de comunicaciones 360.
- Aplicar los aportes de la neurociencia en la gestión de marketing.

## 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:

**Gestión Comercial enfocada al Cliente:** Adquiere conocimientos para alinear las estrategias de la compañía con los objetivos comerciales para fidelizar a los clientes actuales y desarrollar nuevos mercados

**Planificación basada en información del Mercado:** Lidera iniciativas para tomar decisiones enfocadas en la diferenciación sobre sus competidores directos e indirectos, a través de un diagnóstico de la situación interna y la información obtenida de investigaciones de mercado, insights y comportamiento del consumidor.

**Diseño de Estrategias Digitales y Móviles:** Genera oportunidades de mercado a través del uso de dispositivos móviles y las redes sociales, herramientas clave los procesos relacionados con la experiencia del cliente.

**Integración de Neurociencias y Marketing:** Promueve mejoras en las acciones comerciales, fundamentando sus propuestas en aportes de las neurociencias para comprender los factores que motivan las decisiones del consumidor

## 6.4. AMBITO LABORAL:

El programa está dirigido a Profesionales de Marketing, Publicidad, Ventas, Gestión Comercial, Inteligencia de Negocios, Relaciones Públicas, Imagen Corporativa y Planeamiento Estratégico, de todos los sectores económicos. Se puede desempeñar eficientemente en:

**Empresas Comerciales, de Servicios, Retail, Industriales y Financieras:** Profesionales que puedan ejercer cargos de Director de Marketing, Director Comercial, Gerente de Marketing, Gerente Comercial, Gerente de Unidad, Gerente de Negocios, Gerente de Inteligencia de Negocios, Gerente de Inteligencia Comercial, Gerente de Ventas, Gerente multicanal, Gerente de Cuentas, Key Account Manager, Gerente de Campañas de marketing, Jefe de Marketing, Jefe de Marketing Digital, Jefe de línea y Jefe de Producto.

**Consultorías y Asesorías de Marketing:** El profesional tendrá las habilidades necesarias para ejercer puestos como Director, Gerente General, Director de proyectos, Director de Estrategias, Gerente de Gerente de Marketing, Project manager, Gerente de Análisis Estratégico, Jefe del Departamento de Publicidad, Jefe del Departamento de Ventas, Jefe del Departamento de Análisis, Coordinador de Estrategia.

**Compañías de Investigación de Mercados:** El egresado podrá asumir cargos como Director General, Gerente General, Director de Proyectos, Director de investigación y Desarrollo, Director de Mercadotecnia, Jefe de Medios e Investigación de Mercado, Jefe de Desarrollo de Programas y Estrategias, Jefe de ventas y Coordinador de Estudios de Mercado.

**Agencias de Relaciones Públicas:** El profesional podrá asumir cargos como Gerente General, Director General, Director de Relaciones Públicas, Director de Cuentas, Jefe de Relaciones Internas, Jefe de Relaciones Externas, Coordinador de Cuenta y Coordinador de Medios.

**Agencias de Publicidad:** Podrá ocupar cargos como Director General, Director de Medios, Director de Relaciones Públicas, Director de Cuenta, Gerente de Negocios, Jefe de Audiovisual, Jefe de Estudio, Jefe de investigación, Jefe de Planificación, Jefe de Central de Medios, Jefe de Publicidad, Jefe de Promociones, Jefe de Marketing Directo y Supervisor de cuenta.

#### 6.5. GRADO:

Grado Académico de Maestro en Marketing y Gestión Comercial

**7. MALLA CURRICULAR:**

	<b>CICLO 1</b>	<b>CICLO 2</b>	<b>CICLO 3</b>	<b>CICLO 4</b>	
<b>CURSOS</b>	Entorno Competitivo 1	Servicio al Cliente 1	Experiencia del Cliente 1	Customer Centric 1	
	Investigación e Insights del Consumidor 2	Fidelización y Engagement 1	Social & Mobile Marketing 1	Plan Integrado de Marketing 2	
	Toma de Decisiones del Consumidor 1	Neurociencia aplicada al Marketing 1	Endomarketing 1	Brand Maps 1	
	Generación de Valor 1	Comunicaciones y Planning 2	Inteligencia Competitiva 2	Dirección de Ventas 2	
	Decisiones de Producto 2	Distribución Estratégica 2	Dirección Estratégica de Marketing 2	Dirección Estratégica de la Marca 2	
	Dirección y Gestión de Proyectos 2	Decisiones de Precio - Revenue Management 2	Marketing Social y RSC 1	Negociación 1	
	Innovación y Design Thinking 2	Métricas del Marketing 2	Business Model Canvas 2	Plan de Negocios 2	
	Presentaciones de Alto Impacto 1	Lego Serious Play 1	Start Ups y Emprendimiento 1		
			Proyecto de Plan de Negocios 2		
<b>CREDITOS</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>11</b>	<b>48</b>

**8. PLAN DE ESTUDIO:**

	<b>CURSO</b>	<b>TOTAL HORAS TEORÍA</b>	<b>TOTAL HORAS PRÁCTICA</b>	<b>CRÉDITOS</b>	<b>TIPO</b>	<b>PRE-REQUISITO</b>
	<b>I CICLO</b>					
100000DE22	Entorno Competitivo	16	0	1.00	Obligatorio	no hay pre requisito
100000MK01	Investigación e Insights del Consumidor	32	0	2.00	Obligatorio	no hay pre requisito
100000MK02	Toma de Decisiones del Consumidor	16	0	1.00	Obligatorio	no hay pre requisito
100000MK03	Generación de Valor	16	0	1.00	Obligatorio	no hay pre requisito
100000MK04	Decisiones de Producto	32	0	2.00	Obligatorio	no hay pre requisito
100000TO20	Dirección y Gestión de Proyectos	32	0	2.00	Obligatorio	no hay pre requisito
200000IE1A	Innovación y Design Thinking	32	0	2.00	Obligatorio	no hay pre requisito
100000LL34	Presentaciones de Alto Impacto	16	0	1.00	Obligatorio	no hay pre requisito
		<b>TOTAL:</b>		<b>12.00</b>		
	<b>II CICLO</b>					
100000MK05	Servicio al Cliente	16	0	1.00	Obligatorio	no hay pre requisito
100000MK06	Fidelización y Engagement	16	0	1.00	Obligatorio	no hay pre requisito
100000MK07	Neurociencia aplicada al Marketing	16	0	1.00	Obligatorio	no hay pre requisito
100000MK08	Comunicaciones y Planning	32	0	2.00	Obligatorio	no hay pre requisito
100000MK09	Distribución Estratégica	32	0	2.00	Obligatorio	no hay pre requisito
100000MK10	Decisiones de Precio – Revenue Management	32	0	2.00	Obligatorio	no hay pre requisito
100000MK15	Métricas del Marketing	32	0	2.00	Obligatorio	no hay pre requisito
100000HL41	Lego Serious Play	16	0	1.00	Obligatorio	no hay pre requisito
		<b>TOTAL:</b>		<b>12.00</b>		
	<b>III CICLO</b>					
100000MK16	Experiencia del Cliente	16	0	1.00	Obligatorio	no hay pre requisito
100000MK17	Social & Mobile Marketing	16	0	1.00	Obligatorio	no hay pre requisito
100000MK18	Endomarketing	16	0	1.00	Obligatorio	no hay pre requisito
100000DE23	Inteligencia Competitiva	32	0	2.00	Obligatorio	no hay pre requisito
100000MK19	Dirección Estratégica de Marketing	32	0	2.00	Obligatorio	no hay pre requisito
100000MK23	Marketing Social y RSC	16	0	1.00	Obligatorio	no hay pre requisito
100000IE32	Business Model Canvas	32	0	2.00	Obligatorio	no hay pre requisito
100000IE40	Start Ups y Emprendimiento	16	0	1.00	Obligatorio	no hay pre requisito
100000MI31	Proyecto de Plan de Negocios	32	0	2.00	Obligatorio	no hay pre requisito
		<b>TOTAL:</b>		<b>13.00</b>		
	<b>IV CICLO</b>					
100000ES41	Customer Centric	16	0	1.00	Obligatorio	no hay pre requisito
100000MK24	Plan Integrado de Marketing	32	0	2.00	Obligatorio	no hay pre requisito
100000MK22	Brand Maps	16	0	1.00	Obligatorio	no hay pre requisito
100000MK25	Dirección de Ventas	32	0	2.00	Obligatorio	no hay pre requisito
100000MK26	Dirección Estratégica de la Marca	32	0	2.00	Obligatorio	no hay pre requisito
100000HL33	Negociación	16	0	1.00	Obligatorio	no hay pre requisito
100000MI41	Plan de Negocios	32	0	2.00	Obligatorio	MI31
		<b>TOTAL:</b>		<b>11.00</b>		

**9. CONTROL DE CAMBIOS**

<b>Versión que está cambiando</b>	<b>Ítem</b>	<b>Detalle</b>	<b>Persona que solicitó el cambio</b>
01 – 2018	7 y 8	<ul style="list-style-type: none"><li>- Se especifican los prerrequisitos por curso.</li><li>- Se cambian nombres de 2 cursos: “Taller Lego Serious Play” por: “Lego Serious Play”; y “Social Marketing” por “Social &amp; Mobile Marketing”.</li></ul>	Liliana Alvarado <b>Directora General</b> <b>UTP</b>