POSGRADO



Maestría en Marketing y Gestión Comercial

Revoluciona los mercados y multiplica tus clientes

SEMIPRESENCIAL

ESCUELA DE POSGRADO ULIMA

PRESTIGIO QUE TE ACOMPAÑA TODA LA VIDA

En un mundo en constante cambio, la trayectoria y calidad educativa de la Escuela de Posgrado de la Universidad de Lima te brinda la capacidad de potenciar tu vida profesional.

NUESTROS PILARES

Excelencia
Fundada en 1997, la Escuela de Posgrado de la Universidad de Lima se destaca por su excelencia educativa. Cada propuesta académica está diseñada para formar profesionales integrales e interdisciplinarios que generan conocimiento.

Preparación experiencial
Valoramos el aprendizaje riguroso, la aplicabilidad del saber y la creación de nuevas ideas. Potenciamos el liderazgo y el trabajo en equipo.
Brindamos las últimas herramientas de gestión para enfrentar los desafíos de un entorno empresarial en constante evolución.

Fomentando ideas innovadoras
Aquí encontrarás mentes abiertas y ambiciosas como la tuya. Te ofrecemos un entorno propicio para expandir habilidades, emprender ideas y construir redes influyentes. Es más que educación: es tu trayectoria hacia el éxito profesional y personal.

La Maestría en Marketing y Gestión Comercial forma líderes capaces de impulsar estrategias innovadoras en desarrollo comercial y mercadeo en un entorno global y tecnológico, aprovechando la transformación digital y las nuevas tendencias del mercado.

Dirigida a:

- Graduados de Marketing, Administración de Empresas, Negocios Internacionales, Economía, Finanzas o carreras afines. Se consideran también a los egresados de otras carreras que tengan experiencia laboral en los campos de marketing o ventas y que deseen fortalecer sus conocimientos. Además, quienes tengan emprendimientos propios y deseen llevarlos a un nivel empresarial.
- Se sugiere contar con tres (3) años de experiencia profesional, como mínimo. Ello permitirá que aproveche adecuadamente esta propuesta académica, aportando experiencia y enriqueciendo los temas con la casuística que provienen de su espacio laboral.





PALABRAS DEL DIRECTOR

“La Maestría cuenta con una estructura muy completa y es dictada por docentes con experiencia laboral que están en diversos cargos ejecutivos, en empresas líderes de consumo masivo, servicios y B2B. Nuestro enfoque moderno permitirá a los alumnos comprender y aplicar los diversos conceptos y estrategias de marketing y comercial de manera muy práctica. Potenciamos las habilidades técnicas y blandas de los estudiantes para que tomen decisiones más asertivas y lideren equipos multidisciplinarios, ya sea en una empresa líder o en sus propios emprendimientos”.

JORGE TOMA TAKEKAMI

Director de la Maestría en Marketing y Gestión Comercial
MBA por Centrum PUCP con mención cum laude. Máster en Liderazgo y Dirección de Personas por EADA Business School (España). Administrador por la Universidad de Lima. Ha desempeñado roles clave, como gerente comercial, de *marketing* y CRM en empresas como Alicorp, Laboratorios Roche y otras. Es docente, expositor y capacitador. Ha sido invitado a participar en eventos organizados por importantes instituciones, como la Cámara de Comercio de Lima y la Asociación Peruana de Marketing, entre otras. Fundador y director general de *Gextion*. Cuenta con más de veinte años de experiencia liderando y asesorando compañías en sectores de B2B, consumo masivo y servicios en Perú y Latinoamérica.

¿Cuáles son los objetivos de la Maestría?

- Identificar oportunidades comerciales.
- Planificar y organizar para programar y distribuir las tareas en el tiempo, así como para establecer objetivos reales.
- Analizar variables y gestionar información que le lleven a tomar decisiones de manera estratégica y acertada.
- Saber anticiparse a nuevas situaciones de trabajo y en escenarios cambiantes.
- Motivar en el estudiante un comportamiento ético y socialmente responsable como profesional.
- Aportar ideas o perspectivas nuevas y originales a las tareas, buscando soluciones y alternativas.
- Liderar equipos bajo escenarios altamente competitivos y de presión.
- Saber cómo lograr resultados positivos en un escenario de constante cambio utilizando diversas herramientas y técnicas de investigación.
- Tener habilidad para la comunicación eficaz.
- Trabajar en equipo con una actitud de colaboración, comprensión y respeto a otras personas.

¿Qué competencias obtienen los estudiantes?

- **Conocimiento y análisis del entorno**

  Domina el entorno y los mercados para anticipar oportunidades a través de la evaluación de tendencias y preferencias del consumidor.

- **Estrategia comercial y desarrollo de planes de acción**

  Diseña estrategias comerciales innovadoras con planes de acción efectivos que garanticen el logro de los objetivos.

- **Diferenciación y comunicación persuasiva**

  Crea propuestas que aceleren el posicionamiento y la diferenciación de una marca en el mercado.

- **Gestión integral de promoción de ventas**

  Planifica y dirige estrategias de ventas mediante la gestión eficiente de recursos y un servicio centrado en el cliente.

- **Investigación de mercados y toma de decisiones informadas**

  Detecta los *insights* de los clientes con metodologías ágiles de investigación de mercados y toma las mejores decisiones estratégicas.

- **Liderazgo, negociación y desarrollo de negocios**

  Potencia tus habilidades de negociación y liderazgo que permitan gestionar y motivar a los equipos de ventas.



MALLA CURRICULAR

	Management	*Strategic skills*	*Customer centricity*	*Marketing analytics*
1	Fundamentos de Marketing (V) Finanzas Aplicadas al Marketing (SP) Ética en Marketing (V)	Desarrollo de Habilidades Directivas para la Gestión Comercial (SP)	Comportamiento del Consumidor (SP)	Estadística Aplicada al Marketing (SP) Investigación Cualitativa de Mercados (V)
2	Gestión de Marca (SP)	Estrategias de Productos y Servicios (SP) Segmentación y Posicionamiento (SP)	Estrategias de Canales de Distribución (SP) Estrategias de Precios (V)	Investigación Cuantitativa de Mercados (SP) Seminario de Proyecto Final de Maestría I (SP)
3	Negociación Comercial (P)	Marketing Digital (P) Innovación Aplicada al Marketing (P)	Gestión de Ventas (SP) Estrategias de Comunicación Comercial (SP)	Seminario de Proyecto Final de Maestría II (V)
4	Simulación de Marketing (P)	CRM y Gestión de Clientes (SP) Plan de Marketing (SP)	Comercio Electrónico (SP)	Seminario de Proyecto Final de Maestría III (V)

LEYENDA

V: Virtual
SP: Semipresencial
P: Presencial

PROFESORES

Alfredo Zamudio

CEO de Tudor & Grey Capital S.A., director de Private Equity & Venture Capital (Ecuador), y director asociado en GTDFin (España)

Claudia Duffoó

Socia fundadora de EXPERT RESEARCH

Fiorella Poggi

Gerente de Marketing para Perú y Chile en Industrias San Miguel

Franco Riva

Director ejecutivo de Operaciones en Motorex

Gabriel Apéstegui

Gerente general de Metálicas Unión S.A.

Gonzalo Guerra-García

Managing director en Dichter & Neira Research

Hilario Chong Shing

Customer Experience Manager en Activa Researh

Jorge Toma

Director General de Gextion y Director de la Maestría en Marketing y Gestión Comercial

Juan Felipe Salgado

Gerente General de Mercedes-Benz

Juan Jose Dorich

Contralor corporativo y de *compliance* en Oben Holding Group

Lenka Miskulin

Gerente de Medios y Agencias LATAM en Kimberly Clark

Lorena Avalos

Creadora de la consultora Idea Company. Ha sido Gerente de Marketing & Comercial en Corporación Vega, Laboratorios Grünenthal

Luz Ormeño

Subgerente de Analytics y Pricing en Interbank

Roberto Mogollón

Consultor especialista en Inteligencia Competitiva y de Mercados. Fue global market intelligence manager en 3M

Roxana Franco

Miembro de la junta directiva de SmartBeauty



Nota 1: La plana docente podrá variar de acuerdo con los requerimientos de la Escuela de Posgrado.

Nota 2: Lista parcial de docentes.

CONSEJO CONSULTIVO



ALDO HIDALGO

Cursó el Programa de Dirección General en el PAD de la Universidad de Piura. MBA por la Business School São Paulo. Ingeniero industrial por la Universidad de Lima. Fue gerente general de Alicorp Brasil y Cono sur, y gerente general de Global Alimentos en la misma compañía. En el Grupo AJE, fue gerente general en las sedes de Tailandia, Perú y Bolivia. Fue director de Ventas en Millicom International Cellular-Tigo y gerente comercial de Anheuser Bush Inbev-Ambev. Actualmente se desempeña como vicepresidente comercial de Consumo Masivo para Perú y líder del Centro de Excelencia Comercial de Alicorp.



BRYAN VEGA

Cursó el General Management Program de Harvard Business School. Máster en Marketing Science por ESIC Marketing & Business School. Máster en Marketing. Recibió el Premio Aporte Intelectual al Marketing 2017 de la Asociación Peruana de Marketing. Actualmente se desempeña como director comercial de Salud para Centroamérica, el Caribe y Mercados en Desarrollo de Procter & Gamble, donde desempeñó otros cargos gerenciales.



FRANCOISE MARCHAND

Executive MBA por ESADE. Ingeniero industrial por la Universidad de Lima. Fue gerente general en Nestlé Bolivia y Fagal, *business executive manager* en Helados D'Onofrio, director de Nestlé Perú, *business executive manager* en Confitería y jefe de ventas. Actualmente se desempeña como *business executive officer ice cream* en D'Onofrio Dairy & Cereales para el Desayuno de Nestlé.



FERNANDO CARRIQUIRY

Maestro en Marketing por la Universidad ESAN. Administrador de empresas por la Universidad de Lima. Cuenta con más de catorce años de experiencia en empresas nacionales y transnacionales como Alicorp, British American Tobacco Perú, CCR Latam, entre otras, en los sectores de consumo masivo, investigación de mercados, servicios y retail, liderando proyectos y equipos de ventas consultivas y de marketing, y capacitando a personal en temas comerciales. Actualmente es gerente general de la Pastelería San Antonio.



INTERNACIONAL

Los estudiantes realizarán un viaje de estudios a la Universidad de Navarra (España) durante su segundo año de estudios con el propósito de fortalecer su visión internacional y profundizar en temas de Innovación Aplicada al Marketing.

Nota 3: El costo total de la Maestría no incluye pasajes ni estadía, solo los derechos académicos del viaje de estudios.

NET WORK ING

El *networking* es esencial pues proporciona oportunidades profesionales, facilita el desarrollo de carreras, fomenta colaboraciones académicas, promueve el intercambio de ideas y proporciona orientación y perspectivas que resultan fundamentales para tu desarrollo y crecimiento.



Hemos creado el Connect Ulima, un evento presencial que te brinda la oportunidad de descubrir nuestra oferta académica, resolver dudas con directores, docentes y egresados, y participar en espacios de *networking*.

CONNECT ULIMA







NUESTRO CAMPUS

Desde aulas equipadas con la última tecnología hasta espacios diseñados para fomentar tu desarrollo físico, mental y cultural, nuestro campus ofrece un ambiente inspirador que promueve el aprendizaje y el crecimiento personal.



Salón de clase



Explanada



Laboratorio de Mercado de Capitales



Biblioteca



Gimnasio



Canchas deportivas



Piscina semiolímpica

BENEFICIOS

Estos son algunos de los beneficios que los alumnos de la Escuela de Posgrado pueden disfrutar por ser parte de la comunidad Ulima:



Bienestar

Los estudiantes tienen acceso libre al Centro de Bienestar Universitario en el campus principal, donde pueden hacer uso de los servicios de Nutrición y Orientación Psicopedagógica mediante cita previa. Además, tienen la posibilidad de disfrutar de las instalaciones deportivas, las cuales incluyen:

- Gimnasio (zona de pesas, área de trabajo cardiovascular),
- pista atlética,
- camerinos,
- cancha polideportiva,
- palestra para escalada y
- salas de yoga y baile.

También pueden acceder al Complejo Deportivo de Mayorazgo donde –además de otros espacios deportivos– pueden encontrar nuestra piscina semiolímpica.

Espacios

Acceso libre a la Biblioteca de la Universidad, salas de visionado y –previa coordinación– todos los laboratorios disponibles, entre los cuales destacan:

- Laboratorio de Mercado de Capitales,
- Laboratorio de Fabricación Digital (FabLab) y
- Laboratorio de Neurociencias Aplicadas.

También pueden disfrutar de los servicios, talleres y concursos que ofrecen:

- Innova Ulima, nuestra incubadora de emprendimientos, y
- Responde Ulima, nuestro centro de sostenibilidad.

Asimismo, tienen acceso libre a las exposiciones de la Galería del Centro Cultural Ulima y la curaduría de películas que ofrece la sala de cine La Ventana Indiscreta, así como una amplia lista de descuentos como parte de las Promociones Ulima.

Alumni Ulima

Además, al culminar tus estudios formarás parte de la red Alumni Ulima, donde podrás acceder a oportunidades laborales, conectar con profesionales a nivel nacional e internacional y acceder a descuentos en servicios y programas académicos.

PROCESO DE ADMISIÓN

Requisitos de admisión

- Copia simple del Documento Nacional de Identidad (DNI) o del carné de extranjería.
- Copia simple del diploma de grado universitario de bachiller (no aplica para egresados de la Universidad de Lima).
- Recomendable contar con experiencia laboral mínima de tres (3) años.
- Certificado o certificados de trabajo profesional.
- Carta de recomendación laboral o académica.
- *Curriculum vitae* no documentado.
- Constancia de pago de los derechos de inscripción en la Universidad de Lima.
- Foto digital en formato JPG, resolución mínima 300 dpi (el archivo de la imagen debe ser original de la cámara, no un escaneo de la foto). La foto debe ser a color, fondo blanco, de frente y sin lentes. El cabello no debe tapar el rostro (ojos ni cejas) ni la ropa. Caballeros en terno (camisa, saco y corbata) y damas en sastre.

Una vez enviados los documentos, el área de Admisión se comunicará con usted –en un plazo no mayor a 48 horas– para que realice el pago de los derechos de inscripción en la Universidad de Lima (S/ 350.00).

Elaboración de ensayo

La Escuela de Posgrado de la Universidad de Lima utiliza la plataforma de inteligencia artificial IBM Watson para conocer con mayor precisión el perfil de los postulantes a las maestrías.

Durante el proceso de admisión, el postulante accede a una plataforma en la cual redacta un ensayo. Este debe abordar los retos personales y profesionales que enfrentará mientras cursa la maestría.

Evaluación psicológica

Como parte del proceso de postulación, el candidato recibirá un correo electrónico con la información necesaria para completar algunas pruebas psicológicas de manera virtual mediante la plataforma Psicoweb. Estas pruebas tienen el propósito de evaluar competencias socioemocionales para asegurar que la formación de posgrado tenga un carácter integral.

Entrevista personal

Luego del pago, se procede a agendar la entrevista virtual con el director de la Maestría. La fecha se confirmará según disponibilidad de la autoridad académica.

Requisitos de egreso

- Aprobar todas las asignaturas del plan de estudios completando todos los créditos exigidos para el egreso.
- Acreditar el conocimiento de un idioma extranjero o lengua nativa a nivel intermedio. La Universidad de Lima validará el certificado presentado por el estudiante.
- Cumplir con todas las obligaciones y compromisos contraídos con la Universidad.

INFORMES E INSCRIPCIONES*

Inicio de clases:
20 de agosto de 2024

Horario:
Martes y jueves de 19.00 a 22.40 horas
Sábados de 8.00 a 16.40 horas

Los horarios pueden variar dependiendo de las directrices de la Escuela de Posgrado.

Maestría licenciada por la SUNEDU

Financiamiento sin intereses directo con la Ulima.

* El costo de la Maestría solo cubre los derechos académicos.

Teléfono:
(01) 437 6767 anexo 32236

Asesora encargada:
Marisela Zanelli (920 374 063)

Correo:
posgrado@ulima.edu.pe



UNIVERSIDAD
DE LIMA