



Pacífico
Business School

Programa de Especialización en

Dirección Estratégica de Marketing

www.pbs.edu.pe



ESTRATEGIAS SÓLIDAS,

FIDELIZACIÓN A LARGO PLAZO

Actualmente los profesionales del marketing buscan estar alineados al dinámico y cambiante mercado a través de la creación de estrategias innovadoras y disruptivas que generen oportunidades de ventas; sin embargo, para lograr ello, es indispensable que continuamente actualicen sus conocimientos y los direccionen hacia la generación de compañías sostenibles en el tiempo.

Bajo este contexto, Pacífico Business School ofrece el Programa de Especialización en Dirección Estratégica de Marketing a profesionales que busquen tener un conocimiento profundo de las variables comerciales y aplicar metodologías innovadoras para desempeñarse estratégicamente en el mercado, generando valor al cliente, logrando fidelización por parte de sus consumidores y sostenibilidad para su organización.

La relevancia académica y profesional de los docentes del programa garantiza un proceso de aprendizaje constante en el que los participantes obtendrán una visión integral del marketing que les permitirá crear estrategias sólidas y alineadas a las necesidades del consumidor actual.

Los 40 años de trascendencia académica mundial de Pacífico Business School avalan la calidad de este programa que, además, representa la oportunidad de alcanzar una importante evolución en la carrera de cada participante.

Pacífico Business School

Nuestros

DIFERENCIALES



DOCENTES 100% PRACTITIONERS

Nuestra plana docente está compuesta por gerentes de primer nivel, especialistas en marketing que viven la realidad y la constante evolución del mundo empresarial. Profesionales que integran la experiencia y la docencia para la aplicación práctica del programa.

CONVALIDACIÓN ACADÉMICA DE CURSOS

Al culminar el programa con éxito, tendrás la opción de convalidar el curso Gestión de Precios & Revenue Management con la Maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial de Pacífico Business School*, reconocida como la N° 1 en Perú y Latinoamérica por el Ranking Eduniversal 2017.



CONFERENCIA INTERNACIONAL: “CUSTOMER ENGAGEMENT EN LA ERA DIGITAL”

Conoce las nuevas tendencias del mercado y del comportamiento del consumidor antes y después de la transformación digital y su impacto en las estrategias del marketing.

APLICACIÓN PRÁCTICA INMEDIATA

Una de las características principales del programa es la aplicación de una metodología 100% práctica, que te permitirá ejecutar de manera inmediata lo aprendido y crear soluciones para tu organización durante las clases, teniendo como herramienta un caso transversal en el programa.



[*]La convalidación es académica y se hará efectiva siempre y cuando el alumno haya obtenido el diploma del programa de especialización con el cumplimiento de los requisitos académicos y administrativos de asistencia y notas. Asimismo, debe aprobar el proceso de admisión de la Maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial de Pacífico Business School.

DIPLOMA DEL PROGRAMA DE
ESPECIALIZACIÓN EN

Dirección Estratégica de Marketing

otorgado por Pacífico Business School



Certificación: Los participantes que acrediten el 80% de asistencia al Programa, la asistencia al 50% de las sesiones de cada curso, la aprobación de todos los cursos con una nota mínima aprobatoria de once (11), un promedio final mínimo de catorce (14) en el programa y, además, no presenten deudas con la Universidad; recibirán el Diploma del Programa y el Certificado de Notas, en formato digital, emitido por Pacífico Business School.

UN ESPACIO DE CREACIÓN DE ESTRATEGIAS Y APRENDIZAJE CONSTANTE

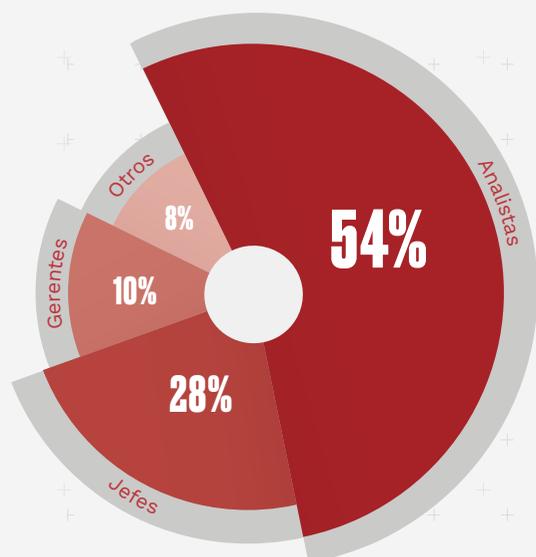
Con la finalidad de formar un espacio en el que sea posible compartir enriquecedoras experiencias laborales, generar debates desde diversos enfoques y adquirir conocimientos de gran valor, Pacífico Business School selecciona como integrantes del programa a profesionales con diversas formaciones y cargos, pero con un alto nivel académico y profesional.

Nuestro programa se encuentra dirigido a profesionales de áreas administrativas, ventas o de marketing responsables de elaborar planes y estrategias de mercado de los productos o servicios que ofrecen.

Así también, buscamos llegar a profesionales que deseen aplicar estrategias de marketing en sus emprendimientos, así como en su performance laboral diaria basada en información de mercado y comportamiento del consumidor.



Nuestros estudiantes se desempeñan como:



Trabajan en las siguientes áreas:



Son:



APRENDE DE LOS MÁS RECONOCIDOS ESTRATEGAS DE MARKETING Y LA INNOVACIÓN DIGITAL



CARLOS
PALOMINO

GERENTE GENERAL DE INTEGRUM SOLUTIONS

Ha sido gerente general de Coney Park, empresa del Grupo Carlyle. Cuenta con experiencia como gerente general y gerente de marketing en el sector de consumo masivo y servicios de empresas nacionales y multinacionales. Se ha desempeñado como Gerente General de la Unidad de Entrenamiento del Grupo el Comercio, Gerente General de Burger King Perú (Delosi), Gerente de Marketing de Kraft Foods (Mondelez International) para Perú y Bolivia, Gerente de Marca para Colgate Palmolive y Sancela Perú (Química Suiza). MBA por la Universidad Esan. Administrador de la Universidad de Lima.



PAU
VIRGILI

PROFESOR ASOCIADO DE ESADE BUSINESS SCHOOL Y EXPERTO EN ESTRATEGIAS DE MARKETING, COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR, NUEVAS TECNOLOGÍAS Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Fue General Manager en HP Consumer Product en Europa, Medio Oriente y África. Como emprendedor, ha lanzado varias empresas exitosas en las áreas de negocios móviles, marketing online y publicidad: Summa Branding, Loopy messenger, Viko, Mubiquo, entre otras. Como consultor independiente, pensador y facilitador posibilita que compañías como Coca Cola, Banc Sabadell, Nike, Total o Nestlé interactúen mejor con sus clientes. MBA de la Universidad de Chicago y coautor del libro “La reconciliación con el consumidor”.



ROBERTO
ESCOBAR

SOCIO EN WER CONSULTORES FINANCIEROS

Más de 20 años de experiencia en posiciones gerenciales en sectores industriales de pesca-extracción-transformación, acuícola y agrícola, entre los que destaca como Gerente de Contabilidad e Información - Controller corporativo en Velebit Group y Gerente Corporativo de Contabilidad e Impuestos en Hayduk Corporación. Asesor y consultor especializado en gestión de costos y sistemas de información en organizaciones empresariales de la industria metalmeccánica, minera, del sector retail y en asociaciones sin fines de lucro. Magíster en Dirección de Empresas por la Universidad de Piura. Licenciado en Administración y Licenciado en Contabilidad por la Universidad del Pacífico.

La plana docente del programa se encuentra compuesta por altos directivos practitioners que actualmente ocupan importantes cargos en las áreas comerciales y de marketing de reconocidas compañías a nivel local e internacional. De igual manera, más del 40% de ellos también se desempeñan como profesores en nuestra Maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Su amplio conocimiento académico y destacada trayectoria profesional, permitirá la creación de clases de gran valor en las que conocerás las últimas tendencias del marketing convencional y digital, así como la ejecución de innovadoras estrategias, alineadas a los requerimientos del consumidor y mercado.



HUÁSCAR — 
EZCURRA

CEO & CO-FOUNDER DE ANIMAL INNOVATION

Consultor y asesor para el desarrollo de cultura de innovación, experto en metodologías ágiles para la innovación Design Thinking, Creative Problem Solving, Scrum, facilitador certificado de la metodología Lego Serious Play, y metodologías enmarcadas en el Customer Development: Business Model Canvas, Value Proposition Canvas, Lean Canvas. Master en Marketing, ESIC Business & Marketing School, España.



FERNANDO —
GUILLÉN

CONSULTOR EN EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE NEGOCIO, COMERCIALES Y MARKETING

Cuenta con más de 20 años de experiencia gerencial local e internacional liderando unidades de negocio, así como direcciones de marketing y comerciales en contextos B2C y B2B. Ha sido Director de Negocio y Marketing de Alicorp, Gerente de Marketing de Maestro Perú, Gerente de Marketing para la Región Andina de BP-Castrol, Gerente Comercial en Auna y Director Comercial Postventa de MC Autos del Perú (Mitsubishi y Fuso). Estudios de especialización en Kellogg School of Management y MIT Sloan School of Management (USA). MBA por Centrum Católica y Licenciado en Administración por la Universidad de Lima.



EDWARDS —
TABOADA

GERENTE COMERCIAL DEL GRUPO ALIMENTA

Se ha desempeñado como Gerente Comercial y Gerente Nacional de Ventas de Menorca Inversiones, Director de Cusqueña y Gerente Nacional de Trade Marketing en SABMiller-Backus. Estudios de Posgrado en Transformación Digital en el MIT Sloan School of Management, USA. MBA por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Bachiller en Economía de la Pontificia Universidad Católica del Perú.



SEBASTIEN

MUNAR

DIRECTOR B2C - UN PRINT & NEWS (CUSTOMER EXPERIENCE, LOYALTY, PRODUCT & ACQUISITION) EN GRUPO EL COMERCIO.

Estratega de Customer Experience & Transformation Digital. Más de 10 años de experiencia trabajando en Perú y en el extranjero en empresas multinacionales como DIRECTV, ALICORP, LATAM AIRLINES e INTERCORP en temas de Customer Experience, Churn, Innovación, Pricing, Revenue Management, Planeamiento Comercial, Marketing y Estrategia. Máster en International & Marketing Management del IE Business School (España). Especialización en Estrategia Comercial del INCAE Business School (Costa Rica), especialización en Innovación de UTEC (Perú), programa ejecutivo de Innovación de Clemson University (USA) y especialización en Analytics & Big Data de la UNI (Perú). Certificaciones CEM Expert® de IZO; PSM I®, PAL®, PSK® y PSU® de Scrum.org; y TKP® de Lean Kanban University. Economista de la Universidad del Pacífico, con mención en Finanzas. Certificación CCXP (Certified Customer Experience Professional).



ERICK

VARGAS

GERENTE DE TRADE MARKETING EN CROSLAND AUTOMOTRIZ

Se desempeñó como Brand Manager en la misma empresa. Cuenta con amplia experiencia en atención al cliente, marketing y trade marketing. Magíster en Dirección de Empresas por la Universidad de Piura. Administrador de la Universidad Ricardo Palma.



ALESSANDRI

ZAPATA

HEAD OF DIGITAL TRANSFORMATION EN GRAÑA Y MONTERO PETROLERA, GMP

Director de PMAGIL, empresa especializada en transformación ágil de organizaciones. Ha sido Head of PMO en Inteligo del Grupo Intercorp y Sub Gerente de Proyecto en el Banco de Crédito. Participó del comité de revisión del PMBOK 6. Cuenta con certificaciones internacionales en Project Management Professional PMP®, Certified Scrum Master (CSM), Certified Agile Leadership 1 (CAL), Scrum Master Certified (SMC®), Scrum Developer Certified (SDC), Scrum Fundamentals Certified (SFC™), Kanban System Design (KMP I) y Facilitador Lego Serious Play® (LSP). Maestría en Gerencia de Proyectos, Universidad Nacional de San Agustín. Ingeniero de Sistemas, Universidad Católica Santa María.

DOMINA LAS VARIANTES COMERCIALES Y CREA ESTRATEGIAS INNOVADORAS Y DISRUPTIVAS

Nuestro modelo de formación se basa en una metodología 100% práctica que te permite acceder a un aprendizaje dinámico y aplicar lo aprendido de manera inmediata en tus actividades profesionales diarias.

Nuestra malla curricular

La malla curricular incluye contenido digital transversal a lo largo del programa, y se encuentra orientada a que obtengas un conocimiento y dominio profundo de todas las variables comerciales para lograr crear exitosas estrategias de marketing alineadas a las necesidades del consumidor local e internacional.

Evaluación de situaciones comerciales, aplicación de las últimas tendencias del marketing mix, desarrollo de estrategias y evaluación del desempeño de planes de marketing son algunas de las acciones que lograrás aplicar durante el desarrollo del programa.

CURSOS

1

PLANEAMIENTO
ESTRATÉGICO DE
MARKETING

2

INNOVACIÓN Y
DESARROLLO DE
PRODUCTOS Y SERVICIOS

3

CUSTOMER EXPERIENCE

4

TALLER DE SCRUM
APLICADO AL UX

5

GESTIÓN DE PRECIOS &
REVENUE MANAGEMENT

6

FINANZAS APLICADAS AL
MARKETING

7

GESTIÓN DE CANALES
TRADICIONALES Y
DIGITALES

8

COMUNICACIONES
INTEGRADAS DE
MARKETING

9

CONFERENCIA
INTERNACIONAL:
"CUSTOMER ENGAGEMENT
EN LA ERA DIGITAL"

SUMILLAS

1

PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO DE MARKETING

Este curso introduce al participante, de manera integral, en los conocimientos, las habilidades y los criterios necesarios para realizar el Planeamiento Estratégico que lo llevará a plantear el Objetivo de Negocio, el Plan de Marketing a seguir y los KPIS necesarios para hacer un correcto seguimiento del mismo. Durante el curso, el participante realizará actividades propias del Marketing Estratégico como el análisis de situación, segmentación de clientes, la identificación del mercado objetivo, el posicionamiento, estrategia de precios, estrategia de medios y promociones y la formulación de estrategias y acciones para la consecución de los objetivos comerciales.

- Fundamentos y Valor de Marca.
- Análisis de situación.
- Fijación de precios.
- Publicidad y promoción
- Análisis de FFVV y canales.
- Plan de Marketing.
- KPIS de Marca y Consumidor.
- KPIS de RRHH y Financieros.

2

INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Basado en la metodología del Design Thinking, el participante desarrollará nuevos productos o servicios, enmarcando de esta manera la filosofía empresarial “Lean” y la gestión de la innovación como elemento clave en la competitividad y sostenibilidad de una organización.

- Introducción al Design Thinking.
 - Momentos, fases y principios de la metodología.
 - Momento de Inmersión I.
 - Técnicas para la Empatía, proceso de Investigación etnográfica.
 - Momento de Inmersión II.
 - Técnicas para la interpretación colaborativa.
 - Momento de Ideación.
 - Técnicas para la producción de ideas.
 - Técnicas para la evaluación de ideas.
 - Momento de Implementación.
 - Diseño de prototipos de baja fidelidad: el dibujo comunicativo.
 - Proceso de cocreación: Interdependencia creativa.
-

3

CUSTOMER EXPERIENCE

Este curso entregará al participante los conocimientos, criterios y herramientas para entender el negocio desde la perspectiva del cliente. Comprendiendo que la estrategia empresarial y el modelo de experiencia del cliente deben de considerarse con el mismo nivel de importancia (alinear estrategia corporativa con la estrategia de CX). Siendo el segundo, una palanca que le permitirá generar o elevar el valor de una organización, además de generar una diferenciación clara. Durante el curso el participante podrá discutir sobre casos de éxito y fracaso en el manejo de la gestión de la experiencia, conocer sobre los diferentes KPIs de experiencia que existen y discriminar sobre cuáles son los más adecuados para cada realidad de negocio, estará en capacidad de poder tener una visión de afuera hacia adentro de la organización y finalmente implementar un modelo de gestión de la experiencia en una organización o proponer correctamente cambios en el caso de que estuviera implementada.

- Customer Centricity.
- Estrategia de CX.
- Momento de Inmersión I.
- Diferenciación en base a la experiencia.
- Medición de la percepción.
- Gobierno, cultura organizacional y gestión transformacional.

4

TALLER DE SCRUM APLICADO AL UX

El taller explora los conceptos claves y el cambio de paradigma que implica para la organización tener un “Agile Mindset”; experimentando el uso de los artefactos, roles y eventos de Scrum y poniendo en práctica los conceptos a través de juegos y simulaciones. A lo largo del curso se hará referencia a problemáticas y situaciones reales en proyectos.

5

GESTIÓN DE PRECIOS & REVENUE MANAGEMENT

El participante aprenderá a formular estrategias y tácticas relacionadas con la política de precios de la empresa con la percepción del cliente sobre el precio, desde cómo establecer los precios de los productos y servicios al inicio de su ciclo de vida, cómo modificarlos a través del tiempo, circunstancias y oportunidades, hasta cómo actuar y responder a los cambios de los precios de la competencia y del mercado.

- Introducción, Objetivos, Importancia.
 - Conceptos de Costos, Economía.
 - Teoría de Fijación de Precios.
 - Price Management:
 - Nivel 1: Industria.
 - Price Brand Ladder.
 - Liderazgo de Precios.
 - Nivel 2: Marca.
 - ¿Cómo medir el valor? Value Map / Conjoint.
 - Nivel 3: Análisis Transaccional.
 - Waterfall, Histogramas.
 - Precios de excelencia: Modelo de las 7's.
 - Revenue Management.
-

6

FINANZAS APLICADAS AL MARKETING

La importancia de la interrelación entre el marketing y las finanzas, determina la necesidad de que los gestores comerciales comprendan con total claridad el impacto de sus decisiones en el logro de los objetivos económicos-financieros de las organizaciones. El curso contribuirá a mejorar la formación financiera de los que actualmente se encuentran laborando en áreas comerciales y/o de marketing; incorporando a su proceso de toma de decisiones las herramientas del análisis financiero para alinear los objetivos específicos de su gestión con el objetivo de maximizar la rentabilidad de la organización.

- Las ventas y los objetivos económico- financieros.
- El impacto de las decisiones comerciales en la administración del capital de trabajo.
- Toma de decisiones a partir del modelo Costo-Volumen-Utilidad.
- Toma de decisiones a partir del análisis de información relevante.
- Toma de decisiones a partir del análisis del retorno de la inversión (ROI) en marketing.
- Estrategia, presupuesto y control de la gestión.

7

GESTIÓN DE CANALES TRADICIONALES Y DIGITALES

En el curso se examinarán los retos que la organización enfrenta al momento de diseñar, manejar y evaluar sus canales de ventas. Abarca además temas relacionados a la gestión de canales desde la perspectiva de los retailers, minoristas, mayoristas y distribuidoras, considerando sus características y las tendencias globales; así como los nuevos canales creados con la digitalización y su relación con los canales tradicionales.

- Marco Conceptual: Gestión Canales de Ventas.
- Estructura de Canales y su alineamiento a la estrategia comercial.
- Análisis de Rentabilidad de Canales.
- Canales de Servicios / Franquicias.
- Canales On-line.

8

COMUNICACIONES INTEGRADAS DE MARKETING

El curso prepara a los participantes en la toma de decisiones estratégicas y ejecucionales en la administración de las comunicaciones integradas de marketing en un contexto en donde las marcas necesitan desarrollarse y destacar dentro de un complejo entorno de alta competencia. Así también se abarcarán los principales usos y aplicaciones de los medios tradicionales y digitales con la finalidad de trabajar en planes de comunicación integrados y en función a las particularidades de cada grupo objetivo y mercado.

- Comunicaciones Integradas de Marketing. El Plan de Comunicaciones.
- Publicidad: Estrategia Publicitaria.
- La Promoción de Ventas.
- Marketing Directo.
- Publicidad: El aporte de los insights.
- Publicidad: El Brief. Ejecución Publicitaria (La Idea Vendedora y El Guión Publicitario).
- Medios Tradicionales: Usos y aplicaciones de los diversos tipos de medios.
- Medios Digitales: Ecosistema Digital. Principales Herramientas (SEO/SEM, Redes Sociales). El funnel de ventas. Métricas.
- Tendencias en Comunicaciones digitales.

9

CONFERENCIA INTERNACIONAL: “CUSTOMER ENGAGEMENT EN LA ERA DIGITAL”

El nuevo consumidor-cliente ha cambiado, tanto su proceso de compra como en su relación de poder con las empresas. Las empresas tienen que adaptarse a esta realidad a partir de conectar con el cliente de un modo radicalmente innovador y con las herramientas adecuadas.



Pacífico
Business School

RECONOCIDA

POR LAS PRINCIPALES ACREDITADORAS DEL MUNDO



**BUSINESS
GRADUATES
ASSOCIATION**

SOLO 7 ESCUELAS ACREDITADAS EN EL MUNDO

Acreditados por la BGA, asegurando calidad, mejora continua y prácticas de gestión responsable al nivel de las escuelas de negocios líderes del mundo.



**ASSOCIATION
OF
AMBA^S**

Somos la primera escuela de negocios en el Perú acreditada por AMBA, quien avala la excelencia académica de nuestro programa.



**AACSB
ACCREDITED**

Somos la primera universidad del país en ser acreditados a nivel de pregrado y posgrado por esta prestigiosa asociación.

JUNIO' 21

INFORMACIÓN
CLAVE ↘

INICIO

30 DE JUNIO

REQUISITOS

- GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER
- EXPERIENCIA PROFESIONAL MÍNIMA DE DOS AÑOS

DURACIÓN

6

MESES APROXIMADAMENTE

FRECUENCIA

SEMANAL

LUNES Y MIÉRCOLES

7:00 P. M. A 10:00 P. M.

INVERSIÓN

S/ 11,200

MODALIDAD

REMOTA

Informes

Jr. Sánchez Cerro n° 2098
Jesús María — Lima
+ 511 219-0101 / +511 219-0158
programas@up.edu.pe



www.pbs.edu.pe

Una vez efectuado el pago de la matrícula, no se podrá solicitar la devolución por este concepto. El dictado de clases del programa académico se iniciará siempre que se alcance el número mínimo de alumnos matriculados establecido por Pacífico Business School.

Iniciadas las clases, la participación es personal e intransferible.