
PMD

PROGRAM FOR MANAGEMENT DEVELOPMENT

PROGRAMA DE
ALTA DIRECCIÓN

www.pbs.edu.pe



Pacífico
Business School

UN LÍDER NECESITA UNA **SÓLIDA FORMACIÓN**

Las decisiones de la alta dirección reflejan la posición de la organización frente al mercado, sector y macroentorno. Por eso, es fundamental enriquecer el perfil directivo, sumándole a su rol de guía la faceta que hoy resulta impostergable, la de estratega.

Ese es el punto de partida de nuestro Program for Management Development (PMD), una invitación para que gerentes y directivos desarrollen una concepción integrada y estratégica sobre el liderazgo empresarial, que facilite una correcta toma de decisiones.

Este programa se dirige a la alta dirección y a ejecutivos con gran potencial de alcanzar la dirección general. Permite comprender los elementos claves del entorno turbulento actual y de los procesos de transformación, reforzar la visión estratégica, y profundizar en los aspectos esenciales de las áreas funcionales, entendiendo sus interrelaciones.

La plana docente seleccionada para el PMD, garantiza el valor internacional de la experiencia formativa, así como su utilidad y aplicabilidad a los desafíos organizacionales actuales.

Pacífico Business School

Nuestros

DIFERENCIALES



ENTORNO DIRECTIVO

Gracias a un proceso exigente de selección, compartes clases con colegas que, así como tú, son líderes en sus organizaciones.

PLANA INTERNACIONAL

Contamos con docentes internacionales de reconocida trayectoria académica y profesional de Europa y América Latina.



ESTRATEGIA Y ADAPTABILIDAD

Desarrollarás visión estratégica global y capacidad de adaptabilidad a la transformación cultural y digital.

DIPLOMA EN PROGRAM FOR

Management Development

otorgado por Pacífico Business School



Certificación: Los participantes que acrediten el 80% de asistencia al programa, además, no presenten deudas con la Universidad; recibirán el Diploma, en formato digital, emitido por Pacífico Business School.

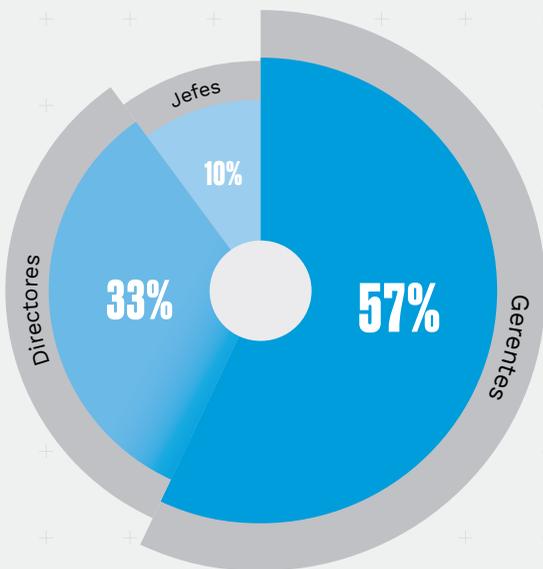
UN ESPACIO PARA COMPARTIR Y DEBATIR ENTRE COLEGAS

Buscamos hacer del aula un ambiente de intercambio constante, donde fluyan ideas y experiencias gerenciales entre los propios participantes.

Por eso, nos preocupamos por que los estudiantes del PMD sean gerentes, directores y/o empresarios con más de 5 años de experiencia. De ahí que, al ingresar al programa, puedas afianzar tu networking y consolidarte como un líder influyente.



Nuestros estudiantes se desempeñan como:



Trabajan en las siguientes áreas:



Edad:



Tamaño de empresa:





El programa ha cubierto completamente mis expectativas, me ha permitido conocer nuevos enfoques perfectamente aplicables a negocios de cualquier sector y que proponen una mirada coherente de la visión estratégica para un desempeño de excelencia.



ENRIQUE AMEGHINO

Gerente Comercial de Food Perecibles -
Cencosud Retail Perú S.A.

Horario Ejecutivo

El ritmo directivo es intenso, con tiempos justos para cada actividad.

Conociendo esta característica, el PMD te propone un horario académico ejecutivo, con sesiones espaciadas, que podrás seguir sin interrumpir tus labores.

Semestre

2021

	M	J	V	S	<u>D</u>	L	M	M	J	V	S	<u>D</u>	L	M	M	J	V	S	<u>D</u>	L	M	M	J	V	S	<u>D</u>	L	M	M	J				
Mayo		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		11	12	13	14	15	16	17	<u>18</u>	19	20	<u>21</u>	<u>22</u>	23	24	25	26	<u>27</u>	<u>28</u>	<u>29</u>	30	31	
Junio					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	<u>17</u>	<u>18</u>	<u>19</u>	20	21	22	23	<u>24</u>	<u>25</u>	<u>26</u>	27	28	29	30
Julio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	<u>15</u>	<u>16</u>	<u>17</u>	18	19	20	21	<u>22</u>	<u>23</u>	<u>24</u>	25	26	27	28	29	30	31			
Agosto				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	<u>12</u>	<u>13</u>	<u>14</u>	15	16	17	18	<u>19</u>	<u>20</u>	<u>21</u>	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Setiembre					1	2	3	4	5	6	7	8	<u>9</u>	10	<u>11</u>	12	13	14	15	<u>16</u>	<u>17</u>	<u>18</u>	19	20	21	22	<u>23</u>	<u>24</u>	<u>25</u>	26	27	28	29	30
Octubre		1	2	3	4	5	6	7	8	<u>9</u>	10	11	12	13	<u>14</u>	<u>15</u>	<u>16</u>	17	18	19	20	21	<u>22</u>	<u>23</u>	24	25	26	27	28	29	30			
Noviembre		1	2	3	4	5	<u>6</u>	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	<u>18</u>	<u>19</u>	<u>20</u>	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30			

[x](#) Fecha de las sesiones

	FECHA	HORARIO
SESIONES DE NETWORKING	MAYO 18	MAR. 19:00 / 22:00
	SETIEMBRE 9	JUE. 19:00 / 22:00

CURSOS	FECHAS	HORARIO	
ESTATEGIA COMPETITIVA	MAYO 21, 22, 27, 28 Y 29	JUE. Y VIER. 19:00 / 22:30	SÁB. 8:30 / 13:30
FINANZAS CORPORATIVAS Y GESTIÓN DE RIESGOS	JUNIO 17, 18, 19, 24, 25 Y 26	JUE. Y VIER. 19:00 / 22:00	SÁB. 8:30 / 13:00
ANÁLISIS DEL ENTORNO	JULIO 15, 16 Y 17	JUE. Y VIER. 19:00 / 22:00	SÁB. 8:30 / 10:30
GEOPOLÍTICA Y NEGOCIOS	JULIO 22, 23 Y 24	JUE. Y VIER. 19:00 / 22:00	SÁB. 8:30 / 10:30
INNOVACIÓN: PROCESOS Y MODELOS DE NEGOCIO	AGOSTO 12, 13, 14, 19, 20 Y 21	JUE. Y VIER. 18:00 / 21:00	SÁB. 8:30 / 11:30
CUSTOMER ENGAGEMENT EN LA ERA DIGITAL	SETIEMBRE 11, 18 Y 25		SÁB. 9:00 / 13:00
LIDERAZGO Y TRANSFORMACIÓN CULTURAL	SETIEMBRE 16, 17, 23 Y 24	JUE. Y VIER. 18:00 / 21:00	
GESTIÓN DE TALENTO	OCTUBRE 14, 15 Y 22	JUE. Y VIER. 18:00 / 21:00	
TRANSFORMACIÓN DIGITAL	OCTUBRE 9, 16 Y 23		SÁB. 9:00 / 13:00
PROPÓSITO Y SOSTENIBILIDAD	NOVIEMBRE 6		SÁB. 8:30 / 13:00
DATA, INTELIGENCIA ARTIFICIAL, ÉTICA Y NEGOCIOS	NOVIEMBRE 18, 19 Y 20	JUE. Y VIER. 19:00 / 22:00	SÁB. 9:00 / 11:00

CONOCIMIENTOS EN CLASE

APLICACIÓN INMEDIATA EN TU EMPRESA

Más que una revisión de fundamentos teóricos, nuestro modelo de formación se destaca, especialmente, por priorizar la aplicación de lo aprendido a tu entorno específico de trabajo. Así, mediante una metodología práctica, casuísticas de empresas reales y demás recursos de máxima interacción, te ofrecemos un modelo de aprendizaje dinámico, que derivará en ventajas tangibles para tu organización.

Cada una de las materias que desarrolla el **PMD** supone una fortaleza estratégica que, sumadas, forman los pilares de un estilo de gerenciamiento trascendental para los objetivos de tu institución. De esta manera, a partir de una malla multidisciplinaria, alineada a la realidad empresarial del momento, tu perspectiva se enriquece, poniéndose de relieve tu verdadera capacidad de dirección.

MALLA CURRICULAR

1

SESIÓN NETWORKING

3

2

DATA, INTELIGENCIA
ARTIFICIAL, ÉTICA Y
NEGOCIOS

8

3

PROPÓSITO Y
SOSTENIBILIDAD

4

4

ESTRATEGIA
COMPETITIVA

18

5

FINANZAS
CORPORATIVAS Y
GESTIÓN DE RIESGOS

18

6

ANÁLISIS DEL ENTORNO

8

7

GEOPOLÍTICA Y
NEGOCIOS

8

8

INNOVACIÓN:
PROCESOS Y MODELOS
DE NEGOCIO

18

9

CUSTOMER
ENGAGEMENT EN
LA ERA DIGITAL

10

10

LIDERAZGO Y
TRANSFORMACIÓN
CULTURAL

12

11

GESTIÓN DE TALENTO

8

12

TRANSFORMACIÓN
DIGITAL

10

125 HORAS

SUMILLAS

1

SESIÓN NETWORKING

Estas sesiones especiales, que se realizarán al inicio y a la mitad del programa, tienen como objetivo que los alumnos tengan la oportunidad de conocer y probar diferentes técnicas de networking que los ayuden a construir relaciones sólidas con profesores y profesionales de diferentes industrias y países.

2

DATA, INTELIGENCIA ARTIFICIAL, ÉTICA Y NEGOCIOS

Hoy en día cobran especial relevancia el uso responsable de datos, la inteligencia artificial y Big data en las diferentes estrategias de negocio. Este curso brinda herramientas de aprendizaje para identificar aquellos puntos clave, estándares y frameworks que se hacen necesarios en un contexto influenciado por un cada vez más presente ecosistema de datos y tecnología. Adicionalmente, el curso busca propiciar un espacio para la reflexión, la discusión, el consenso y la construcción colectiva responsable de lineamientos éticos, relacionados con Ai y datos en distintas organizaciones.

3

PROPÓSITO Y SOSTENIBILIDAD

El propósito corporativo debe capturar lo que una organización aspira ser y hacer. Incluso, será una expresión consciente de cómo una organización pretende evolucionar y transformarse. Muchas empresas están redefiniendo su propósito para responder a las crecientes demandas de la sociedad. Están utilizando el poder de las herramientas de mercado para crear un impacto social y ambiental positivo y, al mismo tiempo, generar valor económico. En este curso, veremos de manera práctica cuáles son las claves de las empresas que logran alinear propósito, sostenibilidad y beneficios económicos. Se presentará un marco de referencia que los participantes pueden aplicar a sus propias empresas.

4

ESTRATEGIA COMPETITIVA

La finalidad de este módulo es introducir a los participantes en los conceptos fundamentales de la gestión y el proceso estratégico en diversos contextos empresariales, para gestionar exitosamente organizaciones en un entorno competitivo global. Tomando como punto de partida el pensamiento estratégico y la dirección estratégica, contribuye a mejorar el análisis, formulación e implementación de estrategias de negocio innovadoras en los diferentes niveles organizacionales sobre todo a nivel de negocio.

5

FINANZAS CORPORATIVAS Y GESTIÓN DE RIESGOS

En esta asignatura se discutirá la fundamentación y aplicación de las metodologías más importantes en materia de medición de rentabilidad, valor y riesgo financiero, así como la implementación de mecanismos de inmunización y cobertura. Se dará énfasis al uso de herramientas cuantitativas como base para la toma de decisiones financieras. Complementariamente, se examinarán algunas innovaciones recientes aplicables al campo financiero y de negocios. La presentación de los contenidos será esencialmente práctica e incluirá la discusión de casos y el uso de aplicaciones especializadas.

6

ANÁLISIS DEL ENTORNO

El curso dota al alumno de una estructura conceptual para que pueda comprender las variables económicas, políticas e institucionales que moldean al mundo. De esta manera, el estudiante logra captar la implicancia de la evolución de los principales indicadores que afectan el entorno de los países, sean éstos avanzados o emergentes.

7

GEOPOLÍTICA Y NEGOCIOS

El curso dota al alumno con el conocimiento de cómo formular una estrategia comercial internacional. El curso introduce marcos básicos que los alumnos pueden aplicar para tomar decisiones comerciales internacionales, analizar información comercial internacional y diseñar estrategias competitivas globales. Los estudios de casos y las lecturas se utilizan para ilustrar los principios básicos de los negocios internacionales, la gestión y la estrategia.

8

INNOVACIÓN: PROCESOS Y MODELOS DE NEGOCIO

El curso introduce a los alumnos a los elementos críticos de la concepción, diseño y desarrollo de productos, procesos y servicios innovadores y, de manera especial, a la gestión de sus procesos de desarrollo. El curso se centra en una pregunta central: ¿Cómo generar innovaciones? Para esto el curso revisa una gama amplia de actividades requeridas para innovar: (i) levantar desafíos de innovación, (ii) planificar para incertidumbre, (iii) resignificar entendimiento, (iv) aprender de y con usuarios, (v) sintetizar información, (vi) generar ideas y conceptos de solución, (vii) aprender a fallar para entender y gestionar experimentación y resolución de problemas, (viii) diseñar y mejorar procesos de desarrollo, y (ix) realizar “after action reviews” que permitan aprender mediante fallas. Este curso traspasa las típicas barreras funcionales de la empresa, y examina problemas que van desde diseño a marketing, y desde estrategia a manufacturas y operaciones. El foco del curso está en generar las capacidades necesarias para una práctica efectiva, y no requiere entrenamiento o práctica en alguna área técnica específica.

9

CUSTOMER ENGAGEMENT EN LA ERA DIGITAL

La actual crisis de COVID ha acelerado los cambios en los modelos de compra del consumidor. El nuevo consumidor-cliente ha cambiado, tanto su proceso de compra como en su relación de poder con las empresas. Las empresas tienen que adaptándose a esta realidad a partir de conectar con el cliente de un modo radicalmente innovador y con las herramientas adecuadas. El resultado es el crecimiento y la optimización de la inversión en marketing y ventas. Estos cambios nos llevan a replantear las estrategias de interacción con nuestros consumidores. El toolkit del marketing tradicional deja de ser válido como tal y nuevas estrategias se hacen necesarias

10

LIDERAZGO Y TRANSFORMACIÓN CULTURAL

Liderar puede llegar a ser peligroso. El ejercicio de liderazgo debe plantearse como algo estratégico que, pese a las resistencias y peligros que enfrenta, permita a quien lo asume cumplir con el objetivo de provocar los cambios requeridos por la organización o el entorno. El curso abarca los siguientes aspectos: a) diagnóstico del funcionamiento de los sistemas organizacionales y sociales y de las fuentes y formas del peligro en el liderazgo; b) intervención estratégica y respuestas tácticas para producir cambios en esos sistemas, sea que se trate de equipos de trabajo, departamentos u organizaciones en su conjunto; c) desarrollo de habilidades y potenciamiento personal para ejercer liderazgo en forma efectiva y d) cómo ser efectivo en la transformación cultural de las organizaciones. La capacidad de adaptarse es la que hace que una empresa sea, al final del día, más competitiva que otra. La gran pregunta que se plantea este curso es cómo lograrlo.

11

GESTIÓN DE TALENTO

En un contexto organizacional y de mercado cada vez más complejo, cambiante y muchas veces incierto, surge la necesidad de preguntarnos, de manera frecuente, cómo acompañar al negocio desde la gestión de las personas para lograr los resultados esperados. Este curso busca analizar los nuevos desafíos que ocupan nuestra agenda al intentar dar respuestas a las tendencias y condiciones del mundo del trabajo, revisando el propósito y el rol de la gestión del talento organizacional en la actualidad, como factor clave de éxito en el presente y a futuro. Adicionalmente, el curso se propone repensar el área de personas y aprender a rediseñarla con una perspectiva human-centered.

12

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Estamos ante un nuevo escenario competitivo porque el consumidor, fruto de la digitalización, está cambiando. Pasa de un rol pasivo a uno activo y necesita que las empresas den respuesta a estos retos. De esta forma los directivos deben entender el nuevo perfil de los consumidores, utilizar metodologías para conocerles, desarrollar estrategias de omnicanalidad y aportar valor. El estar familiarizado con las nuevas tecnologías, le permitirá al alumno participante del PMD evaluar su utilización en los procesos de transformación digital de sus empresas.

MIGUEL

PAREDES

**DIRECTOR ACADÉMICO DEL PMD
- PROGRAM FOR MANAGEMENT
DEVELOPMENT.**

Vicepresidente Ejecutivo de inteligencia artificial, data, y pricing en Rímac Seguros y Reaseguros. Ph.D. en Data Science y Applied Machine Learning por el MIT, Estados Unidos.



NUESTRO EQUIPO DOCENTE

Cada profesor del **PMD** es seleccionado cuidadosamente para garantizar un aprendizaje productivo, que marque un diferencial en tu trayectoria.

La plana docente está compuesta por profesionales y académicos que trabajan en países como España, Brasil y Perú, entre otros. Por eso, en cada clase, adquieres una comprensión profunda de la gestión empresarial, teniendo como marco referencial el mundo entero.



JAVIER



BENITEZ

SOCIO DIRECTOR DE GAMELEARN EN PERÚ, DIRECTOR EJECUTIVO DE BNI (BUSINESS NETWORKING INTERNACIONAL) EN PERÚ

Empresario e inversor en diferentes sectores ligados a la Construcción, Capacitación, Tecnología y Relaciones Humanas. Actual Miembro del Directorio de DIRFEL (Directores de Felicidad) en Perú. MBA - Máster en Administración y Dirección de Empresas por el Instituto de Empresa de Madrid. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid y Licenciado en Derecho por la UNED. Coach y autor de los libros "Sé Feliz Gratis" y "Multiplica tu Felicidad".



MARC



CORTÉS

SOCIO Y DIRECTOR GENERAL DE ROCASAVATELLA, DESPACHO DE CONSULTORÍA ESTRATÉGICA ESPECIALIZADO EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LOS NEGOCIOS

Experto en desarrollo de negocio y marketing digital. Experiencia en desarrollo de modelos de transformación digital y estrategia digital para grandes compañías españolas e internacionales como: BBVA, Telefónica, Audi, Gas Natural, "La Caixa", Banco Sabadell, Grupo Abertis, Laboratorios Almirall, Zurich Seguros, entre otros. Coautor del libro "Del 1.0 al 2.0, claves para entender el nuevo marketing", autor del libro "Iniciate en el Marketing 2.0", dedicado al uso de los nuevos medios online (Social Media) en el Marketing Relacional, y "Nanoblogging", dedicado al mundo del microblogging. MBA por ESADE y Licenciado en Derecho por la Universidad Autónoma de Barcelona. Profesor colaborador del departamento de Dirección de Marketing de ESADE, desde el año 1999, donde imparte como profesor asignaturas relacionadas con Estrategia Digital, eBusiness, Marketing Digital, Social Media y nuevos modelos de negocio en el entorno digital.



VANINA



FARBER

ELEA CHAIR FOR SOCIAL INNOVATION AT IMD BUSINESS

Especialista en innovación social, emprendimiento y responsabilidad social corporativa, con casi veinte años de experiencia en docencia, investigación y consultoría, trabajando con instituciones académicas, corporaciones multinacionales y organizaciones internacionales. Su investigación se centra en el escalamiento de empresas sociales y en las innovaciones en las cadenas de valor inclusivas. Ha realizado investigaciones en países de Europa y América Latina y publicado varios artículos, entre ellos "Barreras y políticas públicas que afectan la expansión internacional de las PYMES latinoamericanas, evidencia de Brasil, Colombia y Perú" Revista de Investigación Empresarial, 2015. PhD y Magister en Administración de Empresas (Economía) por University of Memphis, Estados Unidos. Licenciada en Ciencias Políticas de la Universidad de Buenos Aires.

EN CADA CLASE, PARTICIPAS EN UNA DINÁMICA DE ALTO RENDIMIENTO JUNTO A PROFESORES EXPERTOS EN IDENTIFICAR Y SUPERAR LOS DESAFÍOS PRESENTES EN ORGANIZACIONES LÍDERES



LUZ 

FERNANDEZ

DIRECTORA DE BRESCIA INSTITUTO PARA LA TECNOLOGÍA (BREITEC), APORTA (GRUPO BRECA), EN ASOCIACIÓN CON MIT IDSS (INSTITUTE FOR DATA, SYSTEMS AND SOCIETY, MASSACHUSETTS INSTITUTE FOR TECHNOLOGY)

Experta en innovación, transformaciones globales relacionadas con data, análisis y procesos, y en dirección de equipos multiculturales y multidisciplinares. Embajadora de Women in data Science (WiDS Stanford) en Perú. Invitada y seleccionada como juez para el Challenge Global COVID de MIT, Junio 2020. Speaker TEDx, speaker en el Artificial Intelligence MIT Latin American SumMIT en Boston, enero 2020. Ponente y speaker como especialista en el área de ética en inteligencia artificial y cultura de datos en diversos eventos nacionales e internacionales (UTECH, Big Data Summit) y en cursos de formación ejecutiva en data science. Master en Business Innovation Management (MBI) por Deusto Business School. Entrepreneurship Programme, Innovation & Business Entrepreneurship por Cambridge como parte de la Deusto Business. Project Management Professional Certification (PMP). Certificada en Scrum. Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Pontificia Comillas, ICADE, Madrid, España.



ALVARO 

MENDEZ

CODIRECTOR DE THE GLOBAL SOUTH UNIT EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y POLÍTICAS DE LA LONDON SCHOOL Y MIEMBRO ASOCIADO SENIOR DEL GRUPO DE EXPERTOS EN POLÍTICA EXTERIOR LSE IDEAS, RANKEADA COMO LA THINK TANK NÚMERO UNO EN EL MUNDO

También es profesor adjunto del Instituto de Políticas Públicas Globales de Universidad Fudan, Shanghai; Profesor visitante de Relaciones Internacionales en Universidad de Pekín; Profesor asociado en The LSE Latin America and Caribbean Centre (LACC); Profesor visitante de Relaciones Internacionales y miembro de la Junta Internacional de Asesores del Observatorio Político para América y el Caribe (OPALC) del Instituto de Estudios Políticos de París, Sciences Po. Doctor en Relaciones Internacionales y MSc Management, London School of Economics, UK. MA Relaciones Internacionales, University of Essex, UK. Bachiller en Ciencias Políticas y Psicología, University of Kentucky, USA.



CARLOS 

OSORIO

SOCIO Y FUNDADOR DE YUKEN, LABORATORIO DE INVESTIGACIÓN EN TEMAS DE INNOVACIÓN GLOBAL Y DISEÑO CON SEDE EN SANTIAGO DE CHILE

Profesor invitado en Singularity University y profesor visitante en Deusto Business School (España). Anteriormente, fue miembro de la facultad internacional en el MIT Sloan School of Management; científico visitante en el MIT Medialab, profesor en el Berkman Klein Center for Internet and Society en Harvard. Fundó y dirigió el primer Máster en Innovación en América Latina en la Escuela de Negocios Adolfo Ibáñez (Chile). BizEd Magazine (Reino Unido) lo presentó entre los mejores profesores de innovación del mundo en el 2014 Ph.D. en Tecnología, Gestión y Política y un M.Sc. en Políticas de Tecnología del MIT. Máster en Políticas Públicas de la Universidad de Harvard y B.Sc. en Ingeniería de la Universidad de Chile.

Así, podrás dominar las claves de diversas especialidades gracias a la intervención de un equipo docente reconocido por producir el máximo potencial de los participantes.



ROBERTO ——— 

PAIVA

EMPRESARIO DEL SECTOR MANUFACTURA, ASESOR Y CONSULTOR DE EMPRESAS EN GESTIÓN, ORGANIZACIÓN, REESTRUCTURACIÓN Y ESTRATEGIA EMPRESARIAL

Asesor principal de la Oficina de Consultoría de la Facultad de Ingeniería Industrial y Sistemas de la Universidad Nacional de Ingeniería. Profesor de la Universidad del Pacífico y Pacífico Business School, en gestión, estrategia empresarial y técnicas de investigación. Profesor invitado nombrado de la Maestría en Ecoturismo en la Universidad Nacional Agraria La Molina, en administración, finanzas y generación de proyectos y empresas de ecoturismo. Ex Becario AOTS (Association for Overseas Technical Scholarship) en Quality Management, Osaka-Japón. Doctorado en Economía y Dirección de Empresas, Universidad de Deusto- San Sebastián, España. Magíster en Administración Universidad del Pacífico. Ingeniero Electricista y Bachiller en Ciencias por la Universidad Nacional de Ingeniería.



CARLOS ——— 

PARODI

INVESTIGADOR PRINCIPAL DEL CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO

Master of Arts in Economics por Georgetown University, Estados Unidos. Licenciado y bachiller en Economía por la Universidad del Pacífico. Especialista en política económica y social en América Latina, crisis financieras internacionales, desarrollo económico y gerencia social, así como en entornos macroeconómicos. Entre sus principales publicaciones están “Economía de las Políticas Sociales”, “Perú 1960-2000: Políticas Económicas y Sociales en Entornos Cambiantes”, “Globalización y Crisis Financieras Internacionales: causas, hechos, lecciones e impactos económicos y sociales”, “La Crisis Argentina. Lecciones para América Latina”, “La Primera Crisis Financiera Internacional del Siglo XXI”, entre otros.



MIGUEL ——— 

PIZARRO

MAGISTER EN COACHING ONTOLÓGICO EMPRESARIAL SENIOR POR LA UNIVERSIDAD SAN SEBASTIÁN DE CHILE

Gerente de proyectos de consultoría. Especialista en procesos de transformación y gestión de cambio organizacional y desarrollo de Equipos de Alto desempeño. Diseñador de programas de coaching organizacional. Relator en talleres de formación de liderazgo y coaching. Coordinador de programas de formación de coaches. Licenciado en Educación por la Universidad Central de Venezuela. Matemáticas por la Universidad Simón Bolívar.



RODDY



RIVAS-LLOSA

**CEO DE RISK Y CONSULTOR
FINANCIERO INTERNACIONAL**

Especialización en Ingeniería Financiera Avanzada en Harvard Business School, Boston, EEUU. Certificado en CFA nivel 3 por el CFA Institute, EEUU. Magíster en Finanzas y Licenciado en Economía por la Universidad Pacífico. Arquitecto de soluciones de análisis de inversiones empleadas internacionalmente. Fundador y CFO de Innova Factoring. Se ha desempeñado como consultor en materia de riesgos y análisis cuantitativo para más de veinte instituciones a nivel global, tales como el Banco Mundial, el BID, la Unión Europea, las Naciones Unidas, el Departamento para el Desarrollo Internacional del Reino Unido, el Deutsche Bank, el Banco Santander, el grupo BBVA, el Banco ICBC, el Banco Central de Reserva del Perú, el grupo Interbank, el grupo Crédito, el grupo SURA, el grupo Scotiabank, entre otros. Ha sido también representante de las Administradoras de Fondos de Pensiones del sistema peruano ante el comité de precios de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.



STEFAN



REICH

**DIRECTOR DEL CENTRO DE
LIDERAZGO DE LA UNIVERSIDAD
DEL PACÍFICO - LIDERA UP,
DIRECTOR Y SOCIO FUNDADOR
DEL CENTRO DE LIDERAZGO
ADAPTATIVO (CLA) EN EL PERÚ**

Máster en Administración Pública en Harvard University, John F. Kennedy School of Government con especialización en liderazgo. Postdoctorado en la Escuela de Medicina de la Universidad de Harvard, Cambridge Hospital. Doctorado en psicología clínica en la Chicago School of Professional Psychology.



FERNANDO



TROILO

DOCTOR EN SOCIOLOGÍA, UCA

Magíster en Dirección de Empresas, MBA, UCEMA. Especialista en Dirección Estratégica de Recursos Humanos, UBA. Lic. en Ciencias de la Comunicación, UCALP. Además posee certificaciones en Coaching, Agile Leadership, Scrum, Design Thinking, Change Management y metodologías de evaluación como Hogan, Facet5, Birkman y Adept-15. Actualmente se desempeña como Director de FT People Consulting y cuenta con más de 15 años de experiencia en capital humano, habiendo trabajado desde posiciones gerenciales para compañías multinacionales y locales de diversas industrias. En el ámbito académico, se desempeña a nivel de grado y posgrado en universidades y escuelas de negocios de distintos países de LATAM: Universidad del CEMA (Argentina), Universidad de Buenos Aires (Argentina), Universidad Diego Portales (Chile), Pacífico Business School (Perú), Universidad ORT (Uruguay). Se desempeña también como conferencista en congresos y foros de recursos humanos a nivel local e internacional.



PAU



VIRGILI

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, donde él y su equipo construyeron la primera línea de productos transversales de HP para el mercado retail, desde la estrategia de marca hasta la ejecución de venta. 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. Actualmente es profesor asociado en ESADE Business School. MBA de la Universidad de Chicago y coautor del libro “La reconciliación con el consumidor”. Además, ha vivido y trabajado en España, Estados Unidos, Alemania, Suiza, Francia, Reino Unido, Tailandia, Laos, Vietnam y es un apasionado de los viajes y la aventura.



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.

MAYO' 21

INFORMACIÓN
CLAVE ↘

INICIO
18 DE MAYO

REQUISITOS
• MÍNIMO 5 AÑOS DE EXPERIENCIA GERENCIAL

DURACIÓN
6
MESES APROXIMADAMENTE

INVERSIÓN
USD 7,500
TIPO DE CAMBIO REFERENCIAL : S/ 3.7

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 Pacifico Business School.

Iniciadas las clases, la participación es personal e intransferible.