

“Sí o sí, EL CURSO para ti”

Aldo Botteri

Egresado de CDE en la EPGUTP,
Consultor Tecnológico en su empresa Bogote SAC, Scout...

**Cursos de Especialización
en Desarrollo Empresarial**

#EPGUTP

**“Los Cursos de Especialización
en Desarrollo Empresarial
dan oportunidades a mis alumnos
para destacar como líderes
en la toma de decisiones”**

Liliana Alvarado, Directora #EPGUTP

Cursos de especialización



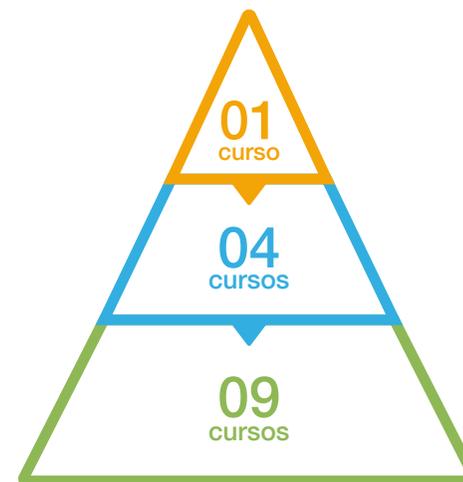
Cursos con visión empresarial

Los participantes podrán aplicar conocimientos bajo un enfoque innovador, logrando que desarrollen las competencias necesarias para liderar una toma de decisiones exitosa.

Los cursos están **diseñados para capacitar y certificar a los participantes de manera progresiva**, de modo que, al finalizar y aprobar los cursos del área funcional de una empresa, podrán obtener una especialización en **Marketing, Administración, Finanzas, Liderazgo, entre otros.**



Certificación progresiva



- ▶ **Certificación por curso (1 curso)**
Al finalizar y aprobar el curso, podrás gestionar tu Certificado a nombre de la EPGUTP, en el curso seleccionado.
- ▶ **Especialización en Gestión del “área académica” (4 cursos)**
Obtendrás un Certificado de Especialización en Gestión del “área académica seleccionada” a nombre de la EPGUTP al finalizar y aprobar 3 cursos del área académica seleccionada y un cuarto curso electivo, el cual podría ser de otra área académica.
- ▶ **Programa de Especialización en Gerencia del “área académica” (9 cursos)**
Obtendrás un Certificado de Especialización en Gerencia del “área académica seleccionada” a nombre de la EPGUTP al finalizar y aprobar 7 cursos del área académica seleccionada y 2 cursos electivos, los cuales podrían ser de otra área académica.

Área de finanzas

Finanzas para NO Financieros



Soy José Campos, Doctorando PHD USIL, MBA, U. de Piura. Gerente General en Villadedood S.A.C. He sido Gerente Banca Empresas Corporativa y Gerente de Sucursales en BBVA.

Objetivo **general**

Otorgar a los participantes, los conceptos, las técnicas y las herramientas fundamentales que permiten **evaluar alternativas financieras para tomar decisiones razonables** que generen valor en las empresas.

Objetivos **específicos**

- Reconoce e interpreta el valor de las variables que intervienen en el campo de las finanzas.
- Determina el valor del dinero en el transcurso del tiempo.
- Evalúa alternativas de financiamiento y determina el costo verdadero de un crédito.
- Identifica Fortalezas y Debilidades de una empresa a través de sus EEFF.

Contenido

- Las Finanzas y la Empresa
- Valor del Dinero en el Tiempo
- Análisis del Crédito
- TEA vs. TCEA
- Diagnóstico de Empresas a través de sus EEFF
- Análisis DuPont

Lunes de 7:00 pm. a 10:00 pm. | 18 horas, 1 vez a la semana

Área de marketing

Gerencia

de Producto



Soy **Oscar Carbajal**, Master en Gestión de Empresas de Comunicación, Universidad de Navarra (España). MBA, UPC. CEO de Compulso. He sido Gerente Nacional de Ventas en el Grupo El Comercio.

Objetivo **general**

Otorgar a los participantes los conceptos teóricos y las herramientas fundamentales que permiten **administrar y gestionar de manera óptima uno o varios productos.**

Objetivos **específicos**

- Desarrolla conocimientos que permitan entender el valor de los productos en toda su dimensión.
- Conoce los instrumentos de análisis estratégico para la toma de decisiones acertadas e innovadoras.
- Identifica las fortalezas y debilidades del producto a través de un correcto análisis interno, analizando en paralelo las otras P's del marketing mix.

Contenido

- Fundamentos de Marca
- Segmentación: Cliente vs Consumidor
- Comportamiento del Consumidor
- Posicionamiento a través del elemento diferenciado
- Generación de Valor
- Matriz BCG y ciclo de vida del producto
- Las 7 variables del Marketing Mix
- Plan de Marketing

Lunes de 7:00 pm. a 10:00 pm. | 18 horas, 1 vez a la semana

Área de administración Emprendimiento y Startups



Soy **Alonso López de Castilla**, Gerente General de la empresa INKA PRIME. Magister en Estudios Internacionales de la U. Barcelona y Magister en Administración Pública y Negocios Sociales en la Maxwell School de la Universidad de Syracuse, NY.

Objetivo **general**

Comprender a profundidad el Ciclo de Vida de una Start-up, desde cómo **formar una idea para un modelo de negocio innovador hasta cómo levantar capital de inversionistas.** Al final del curso tendrá los conocimientos del proceso de emprendimiento y de las oportunidades que presenta el ecosistema de emprendimiento en el Perú para así poder lanzar su propio Start-up.

Objetivos **específicos**

- Reconocer los diferentes perfiles de emprendedores y el entorno donde se desenvuelven.
- Trazar una hoja de ruta para emprender y distinguir entre diferentes modelos de negocios lo que le permite decidir qué idea de negocio desarrollar.
- Conocer la evolución del emprendimiento y las nuevas tendencias en el mundo.
- Desarrollar habilidades para realizar paso a paso un plan de acción para llevar a cabo su idea de negocio.
- Diseñar estrategias apropiadas e identificar qué indicadores de performance lo guiarán durante la ejecución.
- Determinar la estructura de inversión que su negocio requiere y las diferentes fuentes de financiamiento.

Contenido

- Emprendimiento vs. Start-ups
- Ruta Emprendedora
- Ecosistema Emprendedor
- Tendencias en el Mundo
- Plan de Acción
- Financiamiento y Capital

Lunes de 7:00 pm. a 10:00 pm. | 18 horas, 1 vez a la semana

Área de liderazgo

Inteligencia Emocional con Metodología LEGO® Serious Play®



Soy **Óscar Retes**, Facilitador certificado en la metodología Lego® Serious Play. Director General en Lateral. He sido HR Business Partner en Nestlé Perú.

Objetivo **general**

Desarrollar su inteligencia emocional para **favorecer el equilibrio emocional en su vida personal y profesional**, empleando la metodología 'Lego Serious Play®'. Asimismo, está en capacidad de interrumpir **patrones improductivos de respuesta emocional y generar estrategias que les permitan establecer nuevas formas de reacción ante las situaciones complicadas**, así como momentos de tensión y stress en su vida diaria.

Objetivos **específicos**

- Identificar los aportes de la Inteligencia Emocional.
- Comprender la importancia de la auto-regulación.
- Valorar la motivación para actuar de forma coherente e íntegra.
- Aplicar empatía en las relaciones sociales.

Contenido

- Emociones: Tipos y alcances
- Inteligencias Múltiples
- Autoconciencia Emocional
- Auto-regulación
- Motivación: Impacto y Alcances
- Empatía y Habilidades Sociales

Martes de 7:00 pm. a 10:00 pm. | 18 horas, 1 vez a la semana

Área de marketing

Métricas de Marketing



Soy **Felipe Quispe**, Magister en Finanzas, ESAN. MBA en UNMSM. Director Gerente en Confinad y Gerente de Contabilidad en Hermes. He sido Contador Tributario en Molitalia.

Objetivo **general**

Conocer los principales indicadores de marketing que permitirán adaptarlos a cada empresa con el entendimiento de su elaboración e interpretación. Los alumnos terminarán el curso habilitados con los conocimientos necesarios para **establecer estrategias de medición eligiendo aquellos indicadores que más se adapten a su gestión.**

Objetivos **específicos**

- Analizar e interpretar los principales indicadores de marketing.
- Aplicar los principales indicadores a su gestión estratégica.
- Entender los requerimientos para que un proyecto de marketing sea aceptado financieramente.
- Con las prácticas en clase crear nuevos indicadores de acuerdo a sus necesidades.

Contenido

- Participación de Corazones, Mente y Mercado
- Márgenes y Utilidades Administración de Productos y Portafolio
- Rentabilidad del Cliente, Administración de Fuerza de Ventas y Canales
- Estrategia de Precio, Promoción, Métricas de Publicidad, Métricas Online, Email y Móvil
- Marketing y Finanzas: ROI, MROI, ROS
- Balanced Scorecard

Miércoles de 7:00 pm. a 10:00 pm. | 18 horas, 1 vez a la semana

Área de marketing

Estrategia de Marketing Digital



Soy **Jorge Chumbiauca**, Maestro en Digital Media Management en Hyper Island – Manchester UK. Soy Jefe de planning estratégico y medios en Telefónica del Perú. He trabajado como Director de Innovación y Estrategia digital en Group M y en FCB MAYO.

Objetivo **general**

Implementar una Estrategia de Marketing Digital, que permita desarrollar contenidos de alto valor para los clientes y recopilar información para la Analítica Web y desarrollo de tendencias de consumo, así como la medición de resultados.

Objetivos **específicos**

- Diseñar Campañas Digitales de alto impacto.
- Crear Contenidos que conecten con las necesidades de clientes.
- Generar vínculos entre las Marcas y el Consumidor.
- Identificar indicadores y alcance de las acciones.

Contenido

- Entorno Digital y Estrategia
- Canales Digitales en la Empresa
- Medición y Análisis de Resultados
- Gestión de Reclamos por Redes Sociales
- Dispositivos móviles como Canal de Interacción

Miércoles de 7:00 pm. a 10:00 pm. | 18 horas, 1 vez a la semana

Área de marketing

Business Intelligence



Soy **Alessio Sibille**, MBA, Universidad Politécnica de Madrid. He sido Gerente Corporativo de Business Intelligence en Belcorp y Gerente Regional de Tecnología de la Información en Química Suiza Industrial.

Objetivo **general**

El curso ofrece al participante un conjunto de metodologías para transformar los datos en información, y la información en conocimiento, de forma que se pueda **optimizar el proceso de toma de decisiones en los negocios.**

Objetivos **específicos**

- Comprender la organización y el análisis de los datos del negocio.
- Resolver problemas y dar soporte a la toma de decisiones.
- Formular el sistema de indicadores clave de gestión para su posición en la organización.
- Expresar con claridad los problemas que necesita resolver y sus necesidades de información.

Contenido

- Conceptos Generales de Business Intelligence
- Arquitectura y Herramientas de BI
- Estrategia de Business Intelligence
- Inteligencia Competitiva e Inteligencia de Mercado
- Aplicaciones de Business Intelligence - Analítica de Negocio
- Big Data, Cloud y Mobile en la estrategia de BI

Área de administración

Gestión Empresarial para PYMES



Soy Juan Francisco Gaviria, Maestro en Dirección de Proyectos, EAE Business School (España). CEO Tower Consulting Group. He sido Jefe Corporativo de Auditoría Interna en Belcorp y Consultor Incharge en Ernst & Young.

Objetivo **general**

Facilitar a los participantes, conceptos, técnicas y herramientas de fácil aplicación e implementación, con el fin de mejorar la percepción de valor de sus productos y servicios, **desarrollando estrategias e identificando oportunidades de eficiencia con impacto** directo en sus resultados financieros.

Objetivos **específicos**

- Identifica la propuesta de valor del Modelo de Negocio.
- Reconoce e interpreta información clave de índole financiero con el fin de facilitar la toma de decisiones del negocio.
- Identifica y diseña indicadores clave para el monitoreo del cumplimiento de los objetivos del negocio.
- Comprende conceptos de gastos deducibles del negocio, evitando contingencias tributarias que impacten en sus resultados financieros.
- Identifica los riesgos de su empresa y de qué manera gestionarlos.

Contenido

- Análisis de la Propuesta de Valor y Modelo CANVAS
- Planificación de Ventas y Estacionalidad
- Estructura de Costos y Política de Precios
- Conocimiento del Producto, Cliente y Mercado
- Tributación para Pymes y Gestión de Recursos Humanos
- Planificación Financiera: Flujo de Caja y Estados Financieros

Jueves de 7:00 pm. a 10:00 pm. | 18 horas, 1 vez a la semana

Área de administración Innovación y Design Thinking



Soy **Juan Jaime Pardo**, Master en Dirección y Gestión de Proyectos, U. Francisco de Vitoria (España). Chief Innovation Officer en Innovafunding. Socio y Consultor Senior en Tresencia. He sido Jefe de Diseño de Planes Curriculares y desarrollo de U. 2.0 en Gextion Excelencia Empresarial (Barcelona).

Objetivo **general**

Desarrollar la habilidad de **generar nuevos modelos de negocios, productos o servicios basados en la metodología del Design Thinking y la metodología "Lean"**, así como la gestión de la innovación como elemento clave en la competitividad a través de una perspectiva que combina el pensamiento creativo con el analítico para encontrar soluciones de forma innovadora.

Objetivos **específicos**

- Incorporar la innovación en la solución de problemas.
- Explorar posibilidades a través del pensamiento disruptivo.
- Empatizar para descubrir insights.
- Gestionar y seleccionar ideas.
- Experimentar a través del prototipado.

Contenido

- Introducción a la Innovación
- Design Thinking como motor de la Innovación
- Inmersión: Explorando el entorno del reto
- Ideación: Enfoques creativos para la resolución de problemas.
- Implementación: Experimentar entorno al usuario para evolucionar
- Presentación de proyectos

Viernes de 7:00 pm. a 10:00 pm. | 18 horas, 1 vez a la semana

Área de marketing Dirección de Ventas



Soy Luis Merino Aguilar, Doctorando en Administración y Dirección de Empresas, U. Politécnica de Cataluña (España). MBA Esan. Director General de Selstrat Consulting Group. Ingeniero con 30 años de experiencia comercial.

Objetivo **general**

Conocer las principales herramientas prácticas de la dirección de ventas, divididas en tres grandes procedimientos: Formulación, Implantación y Evaluación del plan de ventas, para que, de acuerdo con su realidad, sean aplicadas en su empresa, a fin de **mejorar la eficacia de decisiones que se tomen en relación con los asuntos bajo su responsabilidad directa en el área de ventas.**

Contenido **del curso**

- **Formulación:** La Dirección de ventas, conceptos genéricos
 - Planeamiento estratégico, determinación de la estrategia genérica.
 - Pronósticos de venta.
 - Determinación de cuotas de ventas.
 - Determinación del tamaño de la fuerza de ventas.
- **Implantación:** La organización del departamento de ventas
 - Perfil del candidato.
 - Perfil del puesto.
 - Entrevista y contratación del vendedor.
 - Comportamiento de la fuerza de ventas.
- **Evaluación:** Desempeño de la fuerza de ventas
 - Por qué y cómo motivar a nuestra fuerza de ventas
 - Sistemas de compensación
 - Determinación de un plan de comisiones
 - Los reportes de ventas.

Sábado de 9:00 am. a 12:00 pm. | 18 horas, 1 vez a la semana

 ESCUELA DE
POSTGRADO
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ

