

Marketing **EN LA** PACÍFICO

[O POR QUÉ DECIMOS QUE FORMAMOS MARKETEROS QUE PLANEAN ESTRATÉGICAMENTE]

**FORMAMOS LÍDERES
RESPONSABLES
PARA EL MUNDO_**



**UNIVERSIDAD
DEL PACÍFICO**

[Una apuesta por marketeros con visión integral]

Desafíos del mercado en la era digital

La vertiginosa evolución de los mercados hace imprescindible que al tradicional análisis cualitativo del comportamiento del consumidor se sumen **metodologías cuantitativas que permitan procesar grandes volúmenes de información para la toma de decisiones estratégicas.**

El marketero de la UP recibe una **sólida formación** que incluye conocimientos de marketing estratégico y responsable, estrategias de comunicación, e-marketing y redes sociales e investigación de

mercados. Está capacitado para **gestionar** todas las áreas para **promover el desarrollo de la organización.**

El profesional del marketing que egresa de nuestras aulas **comprende el comportamiento de los diferentes grupos sociales, en general, y el de los consumidores, en particular.** Está capacitado en el **diseño de estrategias y propuestas de nuevos negocios.** Su principal aporte es la **innovación** y un sólido **sentido de responsabilidad sobre el impacto de sus estrategias** en la sociedad.

★ **Modernos protagonistas** de un campo renovado

1

Porque tienen recursos para identificar las tendencias del mercado

2

Porque dominan la comunicación como herramienta

3

Porque tienen una alta capacidad analítica

4

Porque están entrenados para innovar

5

Porque son estrategas del marketing responsable

[Porque tienen recursos para identificar las tendencias del mercado]

El olfato para saber conquistar a los consumidores

El marketero UP desarrolla un **pensamiento estratégico** para la toma de decisiones en la empresa. Está capacitado para **evaluar las experiencias de un cliente** y diseñar y gestionar **procesos que generen valor**, con el fin de convertirlo de cliente satisfecho en cliente promotor.



EN EL CURSO **PLAN DE MARKETING** SE ELABORA UNA PROPUESTA DE NEGOCIOS QUE DEBE DEMOSTRAR SU SOSTENIBILIDAD EN EL TIEMPO, CONSOLIDANDO LOS CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES DESARROLLADOS DURANTE LA CARRERA.

Nuestros marketeros saben analizar y gestionar la **percepción de diversos públicos** acerca de la **identidad y la reputación corporativa**. De manera complementaria, están capacitados para medir el **impacto económico de las estrategias aplicadas** para determinar su eficacia mediante un **análisis financiero de la propuesta**.

Nuestros egresados estarán capacitados para desempeñarse exitosamente en el área de marketing **de las organizaciones locales e internacionales**.

[Porque dominan la comunicación como herramienta]

Nuevas formas de llegar al consumidor

El marketero de la Pacífico ve las redes sociales como una oportunidad adicional a la que brinda la comunicación tradicional a través de la publicidad televisiva o por medios escritos. Nuestro egresado puede marcar la diferencia a través del marketing digital: domina los procesos de compra y venta en línea de productos o servicios, la "customización" y el *one-to-one* marketing, entre otras modalidades.



LA EXISTENCIA DE GRAN CANTIDAD DE CANALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN PLANTEA UNA REALIDAD CLAVE PARA EL PROFESIONAL DE MARKETING DE LA UP.

El egresado puede aplicar esta capacidad en el desarrollo del producto o servicio, la determinación del precio, los canales de distribución y la estrategia de comunicación a través de medios digitales.



[Porque tienen una alta capacidad analítica]

El análisis cuantitativo al servicio del consumidor

El aspecto intuitivo del marketing suele llevar a pensar que es una carrera en la que no tienen cabida las disciplinas con **rigor científico**. En la Pacífico, por el contrario, consideramos que este es un complemento necesario para un marketero: **nuestros alumnos reciben una importante preparación en herramientas de análisis matemático y modelos estadísticos**, que apuntan a desarrollar y fortalecer sus competencias para tomar decisiones.



EN EL CURSO DE **ANÁLISIS ESTADÍSTICO PARA LOS NEGOCIOS**, LOS ALUMNOS ASIMILAN DIVERSOS ESQUEMAS DE INVESTIGACIÓN APLICADOS A LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL, PRIVILEGIANDO EL USO DE SOFTWARE.

Formamos profesionales capaces de **estudiar en profundidad el comportamiento del consumidor** sobre la base de **información cuantificable**, y realizar una adecuada interpretación de la misma para diseñar las **estrategias de marketing** para un producto o servicio.



[Porque están entrenados para innovar]

Educación para generar ideas

Nuestros egresados están preparados para ser **agentes de cambio** en cualquier organización: tienen una marcada inclinación hacia el **desarrollo de nuevos productos, nuevos servicios, nuevos procesos** que aportan al **crecimiento de la empresa en el mercado** y la convierten en un actor importante en la sociedad.

La formación en la Pacífico dota a los marketeros de **conceptos y herramientas necesarios para crear valor** en las empresas, mediante la gestión de sus marcas y productos. El egresado será capaz de implementar estrategias de marca, extensiones de marca, *brand equity* y valorización de marcas.

Estas competencias son afinadas en actividades como el Marketing Summit, una cumbre anual organizada por la Universidad del Pacífico en la que expertos nacionales e internacionales exponen temas de interés actual en este

rubro; el Congreso Effie, del que la UP es patrocinador académico, donde se difunden y premian las propuestas de marketing más innovadoras; las charlas de Marketing4Share, conferencias sobre temas de interés actual de marketing; y también el Congreso Analítica Web, organizado por la Universidad del Pacífico y la Asociación de Web Analytics del Perú (AWAP), en el que expositores nacionales e internacionales del marketing digital comparten experiencias de lo realizado en distintos sectores como medios de comunicación, comercio electrónico, *retail*, entre otros.



EL CURSO DE **ESTRATEGIA DE PRODUCTO** OFRECE CONCEPTOS Y HERRAMIENTAS PARA CREAR VALOR EN LAS EMPRESAS A TRAVÉS DE LA **GESTIÓN DE SUS MARCAS Y PRODUCTOS**.

[Porque son estrategias del marketing responsable]

Profesionales con sentido ético

La formación en marketing tiene las siguientes características: rigurosidad, modernidad, espíritu crítico y sentido ético. Nuestros egresados reciben una **educación integral en valores** que orienta su vocación no solo a obtener ganancias, sino a generar **valor social, económico y ambiental** en la empresa.



LA RESPONSABILIDAD SOCIAL SE INCULCA DE MANERA TRANSVERSAL EN ASIGNATURAS Y ACTIVIDADES ACADÉMICAS, PROMOVRIENDO EL ACTUAR SOLIDARIO COMO PARTE DEL DESEMPEÑO PROFESIONAL.

Esta perspectiva se inscribe también en los **criterios modernos del marketing sostenible**, una tendencia que apunta a que la empresa no solo busque satisfacer al cliente, sino que actúe como un "ciudadano responsable", con atención al medio ambiente y el entorno social en que realiza sus actividades.

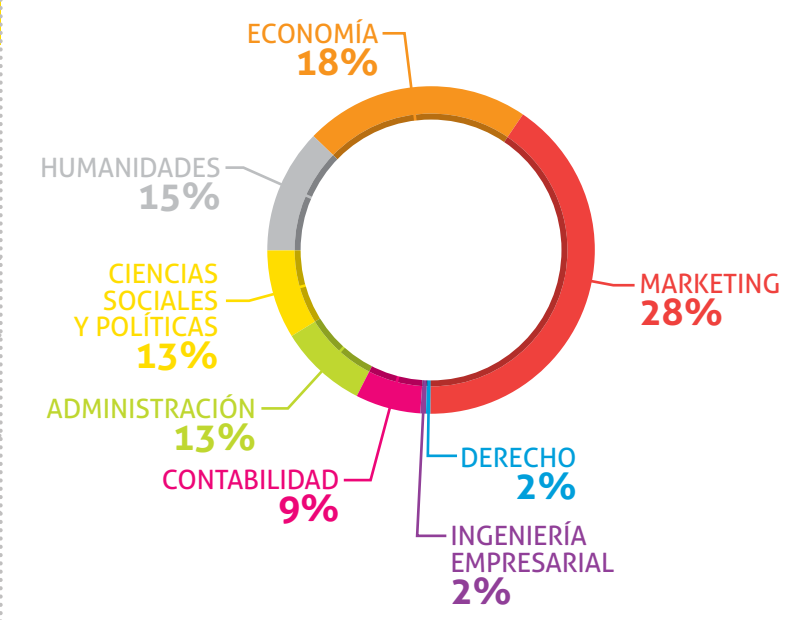
Malla curricular

200

CRÉDITOS SON NECESARIOS PARA COMPLETAR EL PLAN DE ESTUDIOS DE LA CARRERA DE MARKETING. SE INCLUYEN CRÉDITOS DE CURSOS OBLIGATORIOS Y ELECTIVOS.

Distribución de áreas en la carrera

	ADMINISTRACIÓN	CONTABILIDAD	ECONOMÍA	MARKETING	DERECHO	INGENIERÍA EMPRESARIAL	HUMANIDADES	CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS
CICLO I	Introducción a los Negocios		Matemáticas I				Lenguaje I	Sicología
CICLO II		Contabilidad Financiera I	Matemáticas II	Fundamentos de Marketing			Filosofía Lenguaje II	
CICLO III	Gerencia	Contabilidad Financiera II	Estadística Aplicada I Economía General I	Comportamiento del Consumidor				
CICLO IV		Contabilidad para la Toma de Decisiones	Estadística Aplicada II Economía General II	Estrategias de Producto				Sociología
CICLO V			Informática para los Negocios	Análisis Estadístico para los Negocios Estrategias de Precio			Procesos Históricos y Económicos del Perú y del Mundo Contemporáneo	Ciencia Política
CICLO VI	Comportamiento Humano en las Organizaciones	Decisiones de Inversión		Canales de Distribución y Retail Estrategias de Comunicación				Antropología
CICLO VII	Gestión del Comercio Internacional			Investigación de Mercados Aplicada Gestión de Operaciones Comerciales	Derechos del Consumidor y Ciencia Jurídica	Formulación y Evaluación de Proyectos de Marketing		
CICLO VIII				Marketing B2B Gestión de Ventas y Equipos Comerciales			Teología	Pensamiento Social Contemporáneo
CICLO IX	Administración Estratégica Gestión Estratégica de la Responsabilidad Social						Moral Profesional	Proyección Social
CICLO X				Plan de Marketing Ética del Profesional de Marketing				



Talleres Especializados

- ❖ Taller de Inmersión a la Vida Universitaria - TIVU
- ❖ Taller de Preparación para la Vida Profesional
- ❖ Taller de Fortalecimiento de Competencias Profesionales

En la presente malla curricular figuran únicamente los cursos obligatorios de la carrera de Marketing, mas no los cursos electivos que el alumno puede llevar. Plan de estudios vigente a partir del segundo semestre de 2012, sujeto a cambios por parte del Consejo Directivo de la Universidad.

Marketing EN LA PACÍFICO

O POR QUÉ DECIMOS QUE FORMAMOS MARKETEROS QUE PLANTEAN ESTRATÉGICAMENTE



up.edu.pe/carrera/marketing

Jr. Sánchez Cerro 2141, Jesús María

Teléfono: (511) 219 0100 - anexo 2257

Acreditada por:

