

EPE



MARKETING

epe.upc.edu.pe

ERES ÚNICO

exígete, innova



LAUREATE
INTERNATIONAL
UNIVERSITIES



CON MARKETING, NO VENDES UN PRODUCTO.
MANEJAS EL RUMBO COMERCIAL DE TODA UNA
ORGANIZACIÓN. POR ESO, SU PRÁCTICA REQUIERE
UNA CAPACITACIÓN QUE CONVIERTA A LOS
EJECUTIVOS EN CAZADORES DE OPORTUNIDADES.

EPE DE LA UPC, HA DESARROLLADO LA CARRERA DE MARKETING PARA PERSONAS QUE SE DESEMPEÑAN EN EL ÁMBITO LABORAL O QUE CUENTAN CON ESTUDIOS PREVIOS. SU ÉNFASIS ESTÁ PUESTO EN LA GESTIÓN DE HERRAMIENTAS Y DISEÑO DE ESTRATEGIAS INTELIGENTES PARA GUIAR CON ÉXITO LA TRAYECTORIA DE LAS EMPRESAS, A TRAVÉS DEL APROVECHAMIENTO DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN MERCADOS EN PERMANENTE EVOLUCIÓN

El marco de acción que propone la carrera incluye el dominio de disciplinas diversas, en torno a los factores culturales, sociales y económicos que tienen injerencia en los procesos comerciales de las empresas, terreno donde se asienta el ejercicio de la profesión y la comunicación corporativa. Además, la carrera fomenta la capacidad de interpretación y análisis en la búsqueda de crear soluciones comerciales eficientes, de acuerdo con las necesidades específicas de cada audiencia y los lineamientos que rigen la organización.



Cristina Risco
—DIRECTORA EPE DE LA UPC

¿POR QUÉ EPE DE LA UPC?



18 AÑOS

De experiencia

35%

De clases no presenciales

+1200

Egresados trabajando

9 de cada 10

Egresados crecieron profesionalmente
Fuente: Estudio de Empleabilidad 2013 - Ipsos

UN EXPERTO QUE LEE LAS SEÑALES DEL MERCADO PARA ANTICIPARSE
A LAS TENDENCIAS Y PROPONER ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO

HORARIOS FLEXIBLES

[01]

Horarios flexibles adecuados a las responsabilidades laborales del estudiante.

EXPERIENCIA INTERNACIONAL

[02]

Experiencia internacional como alternativa dentro del plan de estudios.

PLANA DOCENTE

[03]

Plana docente calificada que ejerce en su campo de conocimiento.

METODOLOGÍA

[04]

Metodología diseñada especialmente para adultos (andragogía).

ESTRUCTURA CURRICULAR

[05]

Estructura curricular moderna, con énfasis en el desarrollo de competencias.

INTERCAMBIO DE EXPERIENCIAS

[06]

Intercambio de experiencias y conocimientos con directores y ejecutivos de empresas reconocidas.

MALLA CURRICULAR

CICLO 13-01
ESTA MALLA CURRICULAR
ESTÁ SUJETA A CAMBIOS

- MARKETING
- ADMINISTRACIÓN
- FINANZAS
- CIENCIAS

- ECONOMÍA
- CONTABILIDAD
- HUMANIDADES
- DERECHO

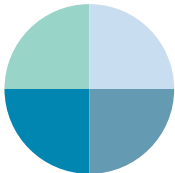
- CURSOS ELECTIVOS
 - GLOBALIZACIÓN: ENFOQUE CULTURAL Y ECONÓMICO
 - MÉTODOS CUANTITATIVOS PARA LOS NEGOCIOS
 - NEGOCIOS INTERNACIONALES

01 1ER AÑO



- Marketing
- Fundamentos de la Gerencia
- Matemática Básica
- Habilidades Comunicativas

02 1ER AÑO



- Comportamiento del Consumidor
- Matemática Financiera
- Economía
- Contabilidad

03 1ER AÑO



- Gerencia de Producto
- Matemáticas Aplicadas a los Negocios
- Costos y Presupuestos
- Seminario de Investigación Académica

04 2DO AÑO



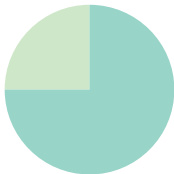
- Canales de Distribución
- Diseño Organizacional y Procesos
- Estadística Descriptiva
- Temas de Historia del Perú

05 2DO AÑO



- Servicio al Cliente
- Estadística Inferencial
- Finanzas Aplicadas
- Ética y Ciudadanía

06 2DO AÑO



- Promoción e Imagen
- Marketing Internacional
- Investigación de Mercados
- Creatividad y Liderazgo

07 3ER AÑO



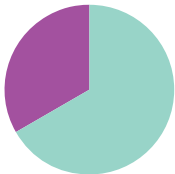
- Publicidad y Medios
- Gerencia Comercial
- Psicología del Individuo y las Organizaciones
- Evaluación de Proyectos

08 3ER AÑO



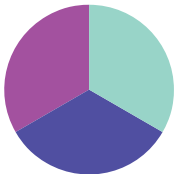
- Marketing Relacional
- Política de Precios
- Planeamiento Estratégico
- Contabilidad y Finanzas para la Gestión

09 3ER AÑO



- Electivo
- Diseño del Plan de Marketing
- Plan de Negocios

10 4TO AÑO



- Dirección de Marketing
- Proyecto Empresarial
- Derecho para el Marketing

PERFIL DEL EGRESADO



DISEÑAR

[A]

E implementar el plan de marketing de una empresa con objetividad y orientación al logro de importantes resultados comerciales.

DEFINIR

[B]

Canales y estrategias de distribución eficaces para la comercialización de los productos.

DEFINIR

[C]

Estrategias de publicidad y promoción eficaces en su organización, sobre la base del entendimiento de los indicadores de segmentación y acogida de los medios, y de su compatibilidad con el producto.

DISEÑAR

[D]

E implementar estrategias de marketing directo en su empresa a través del uso de múltiples herramientas y técnicas de CRM.

ESTABLECER

[E]

Precios de los productos, basados en el conocimiento de costos y márgenes de rentabilidad, y definir estrategias de precios por campañas.

INVESTIGAR

[F]

Analizar e interpretar las necesidades del mercado con miras a crear oportunidades de negocio y productos exitosos.

“

«Tras mi paso por EPE fui promovida a Jefe de Marketing y, junto a mi equipo, propusimos el desarrollo de nuevas estrategias en diferentes áreas de mi empresa.»

LUCÍA QUEZADA

Jefe de Marketing

DATOS DE LA CARRERA

GRADO:

Bachiller en Marketing

TÍTULO PROFESIONAL:

Licenciado en Marketing

DURACIÓN:

3 años y 4 meses como mínimo



UPC

Universidad Peruana
de Ciencias Aplicadas

Informes en:
T 630 3397
e-mail: epe@upc.edu.pe

Campus Villa
Campus Monterrico
Campus San Isidro
Campus San Miguel
Sede Lima Norte

epe.upc.edu.pe

