



UNIVERSIDAD
MAYOR
para espíritus emprendedores



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y ARTES

MAGÍSTER EN DIRECCIÓN COMERCIAL Y MARKETING

PROGRAMA ONLINE - POSTGRADOS

Consulta por Becas y Convenios
Contacto:
marcos.valenzuela@umayor.cl
Tel/wsp +56964077034



VACANTES 40 estudiantes	INICIO 6 de septiembre del 2024
HORARIO Viernes de 18:30 a 21:30 hrs. Sábado y domingo de 09:00 a 13:30 hrs.	MATRÍCULA \$250.000
ARANCEL DEL PROGRAMA \$ 6.000.000	ARANCEL DE GRADO/TITULACIÓN \$ 150.000
PERIODO DE POSTULACIONES Desde el 4 de octubre del 2023 hasta el 16 de agosto del 2024	

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA:

Los programas de especialización constan de diversos énfasis en sus metodologías formativas. El presente programa nace de la experiencia del equipo de Postgrado en Negocios de Universidad Mayor y se desarrolla sobre la base del modelo de casos integrados a la realidad actual del estudiante. Nuestros académicos han aportado toda su experiencia en el diseño y moderno contenido de las asignaturas que configuran este programa.

Es así que este programa de postgrado presenta, por medio de una metodología aplicada, una visión actualizada y coherente de los más modernos enfoques y tendencias en Marketing y Dirección Comercial, teniendo en consideración la realidad de una economía crecientemente globalizada y cada vez más competitiva, tanto en el ámbito nacional como internacional.

El liderazgo de la disciplina del Marketing se basa en el entendimiento de los procesos que permiten a las organizaciones crear y comunicar valor al consumidor, para finalmente capturarlo rentablemente. En esta premisa fundamental se basa el desarrollo de este postgrado. En un mercado cambiante hay que mantenerse permanentemente actualizado sobretodo en un área tan dinámica como el Marketing, por ello diversos tópicos como son el Marketing online y la Responsabilidad Social Corporativa serán básicos en el programa.

OBJETIVOS:

Aportar al perfeccionamiento de profesionales altamente especializados para liderar la administración comercial y de marketing en empresas y organizaciones de cualquier tipo, mediante la formación de personas con capacidad de definir y planificar, diseñar, implementar y entregar soluciones específicamente en estas áreas.

PUBLICO OBJETIVO:

Profesionales de carreras relacionadas con las Ciencias Económicas, Empresariales y de la Administración (Ingenierías y Administración u otras afines), o profesionales interesados en especializarse en una perspectiva de primer nivel para la alta dirección del área Comercial y de Marketing. Además el programa se dirige a profesionales licenciados o titulados universitarios de áreas distintas en estudios de pregrado a la administración de empresas, pero que cuentan con experiencia relevante en el campo de Marketing o Ventas.

PERFIL DE EGRESO:

El graduado del Programa evidencia conocimientos de las funciones de marketing y ventas en la empresa, aportando una mirada que integre las diversas áreas de la dirección comercial y su interrelación con otros ámbitos tanto internas como externos a la organización. Ello implica que el graduado gestiona la información cuantitativa y cualitativa con el objetivo de facilitar el desarrollo de la inteligencia competitiva para el posicionamiento de la marca centrada en el entorno del cliente hacia el desarrollo de la estrategia de marketing dentro de un contexto digital.

Sus principales competencias son:

- Visión estratégica comercial.
- Diseñar y proyectar estrategias de marketing y ventas, dentro de un marco ético, que permitan implementar en la organización el desarrollo de la inteligencia competitiva comercial y posicionamiento de la organización, tanto en Chile como en el entorno global, a través de una adecuada gestión de la información cualitativa y cuantitativa.

- Habilidades directivas de gestión comercial.
- Liderar equipos de trabajo para la resolución de desafíos de marketing y ventas con el propósito de alcanzar los objetivos estratégicos del área comercial, dentro de organizaciones globalizadas y en escenarios cambiantes utilizando una visión holística de emprendimiento.
- Gestión de la transformación comercial hacia las nuevas tecnologías digitales.
- Aplicar técnicas y conocimientos oportunos en la gestión y control de ventas y marketing utilizando las nuevas tecnologías digitales que mejor se adapten a los desafíos y cambios en el escenario empresarial con una visión integrada hacia las otras áreas de la organización de forma a agregar valor a los clientes.

METODOLOGÍA:

La metodología del magíster es la aplicación práctica continua y el desarrollo de emprendimientos o proyectos reales para que las temáticas y los casos prácticos se desarrollen de modo sucesivo, lo que contribuye a que el estudiante avance de modo óptimo, entre la teoría y la práctica.

La metodología incorpora además el trabajo teórico-práctico y de casos propios de los programas de tipo profesionalizante en general, talleres continuos en los que equipos de estudiantes-consultores generan soluciones prácticas a problemas de empresas para poner en práctica sus conocimientos.

La metodología se centra en los siguientes eje:

- Actividad teórica y talleres en aula sobre metodologías, herramientas y modelos de control de gestión.
- Discusión y resolución de casos a través de workshops.
- Desarrollo de trabajos aplicados dentro de las organizaciones en donde trabajan los/las estudiantes.

CUERPO DOCENTE:

Cristóbal Muñoz Concha (Director del Programa)

Periodista de la Universidad Diego Portales. Máster en Administración de Negocios Digitales de la Universidad de Barcelona. Postgrado de Especialización en Marketing y Visualización de Datos. Cuenta con más de 10 años de experiencia en gestión, consultoría y dirección de áreas de marketing, liderando procesos de digitalización y comunicaciones integrales en el ámbito público y privado. Además, se ha desempeñado como Docente en diversas instituciones de educación superior como Universidad San Sebastián, Universidad de las Comunicaciones y Duoc UC, donde también estuvo a cargo de la dirección de las carreras de Relaciones Públicas, Publicidad, Animación Digital y el Diplomado de Marketing Digital. Actualmente se desempeña como Marketing Manager del Grupo de Casinos y Hoteles MDS.

Maria Fernanda Vargas

Ingeniera Civil Industrial, Universidad de Chile. Master of Science Marketing and Business Analysis, University of Edinburgh. Cuenta con más de 11 años de experiencia en retail y e-commerce, con foco en Business Intelligence, Marketing y CRM. Actualmente es Gerente de Customer Engagement Regional en Falabella.com. Fundadora de Mujeres STEM Uchile, certificada como Mentora en Woomup, y Postgraduate Representative of Women in STEM, University of Edinburgh. Líder del programa Impulsa STEM de Falabella.com.

Leonardo Espinoza Muñoz

Ingeniero Civil Industrial de la Universidad de Santiago de Chile. Magíster en Marketing de la Universidad de Chile. Con una amplia experiencia liderando procesos estratégicos de marca, marketing y transformación digital. Ha desempeñado los roles de Director, CEO, Gerente Comercial. Actualmente es Subgerente de Negocio en Megamedia, Holding del Grupo Bethia que incluye a MEGA y otras plataformas de comunicación. A lo largo de su carrera le ha tocado trabajar con varias grandes marcas de consumo masivo, retail, comercio electrónico, banca, telecomunicaciones y gobierno, entre otras categorías.

Matías Jullian

Ingeniero Comercial de la Universidad de Chile. MBA de la Universidad de Manchester (UK). Con destacada trayectoria en áreas de estrategia, marketing y comercial de empresas de consumo masivo y bienes de alto valor agregado. Regularmente expuesto a negociar planes estratégicos con el Directorio Regional y ejecutivos globales. Profesional con manejo avanzado del inglés, con conocimientos de marketing digital, activaciones ATL & BTL y trade marketing que le han permitido alcanzar éxitos comprobados en el desarrollo de marcas e incremento de participación de mercados en Chile, Perú y otros países de Latinoamérica.

CUERPO DOCENTE:

Roberto Inostroza Tobar

Magíster en Planificación y Control de Gestión de Universidad Mayor. Diplomado en Gestión y Desarrollo de Negocios, Ingeniero en Administración de Empresas. Amplia experiencia en las áreas de Marketing y Ventas en importantes empresas del consumo masivo, en procesos de planificación y gestión de planes de marketing y planes comerciales en clientes y canales de distribución. Especialista en el diseño de estrategias para el desarrollo de categorías de productos en el mundo del retail. Actualmente ocupa el cargo de Indirect National Sales Manager en una importante empresa transnacional.

Choucrist Jarufe

Ingeniero Comercial, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. MBA, Universidad Adolfo Ibáñez. Advanced Management Program, ESE. Amplia experiencia en área comercial de marketing y ventas a nivel gerencial. Actualmente dirige el área de Ventas Nacionales de Tradicionales y Regiones de Watt's S.A. a cargo de diferentes canales de distribución y amplitud de clientes para todo el mix de productos de la compañía (más de 800 productos) y es Docente de postgrado en negocios de Universidad Mayor.

Jean Pierre Fuentes

Executive MBA, del Swiss Management Center University. MBA, Universidad Finis Terrae. Ingeniero Comercial, Universidad Finis Terrae. Con más de 15 años de experiencia profesional, en áreas de Comercial, Servicios y Control de Gestión, de destacadas empresas del sector de Servicios Financieros y Seguridad Social, como AFP Habitat, Caja de Compensación La Araucana e Isapre Colmena, donde ha sido responsable de la elaboración e implementación de estrategias de servicios y control de gestión. En la actualidad se desempeña como Subgerente Experiencia de Clientes en Isapre Colmena.

Ignacio Hidalgo Silva

Ingeniero Civil Químico, Universidad de Santiago. MBA, Universidad Adolfo Ibáñez. Más de 20 años de experiencia en ventas en empresas nacionales y multinacionales como: Indra, HP, SAP y ENTEL, liderando procesos y equipos de venta en diversas Industrias (servicios financieros, retail y CPG). Actualmente es Gerente Comercial para Banca, Servicios Financieros y Minería de Claro Chile.

Francisco Castañeda

Economista y MBA, Universidad de Chile. MSc Money, Banking and Finance, University of Birmingham (UK). PhD. Geography (Economic Development), Loughborough University (UK). Sus principales áreas de interés incluyen finanzas internacionales, política industrial y modelos de negocios innovadores para las PYMES.

CUERPO DOCENTE:

Claudia Sáez Pino

Periodista, Licenciada en Comunicación Social de la Universidad Católica de la Santísima Concepción. Magíster en Comunicación Estratégica de la Universidad de Santiago de Chile. Cuenta con estudios de Marketing Digital en la Universidad Adolfo Ibáñez. Profesional del área de las comunicaciones, con 15 años de experiencia en la planificación y desarrollo de estrategias de comunicación a nivel interno y externo, tanto en empresas como en organizaciones de la sociedad civil. Cuenta con una alta capacidad de liderazgo de equipos multidisciplinarios, en áreas destinadas a la asesoría estratégica, generación de contenidos, desarrollo de servicios y elaboración de publicaciones y estudios para el levantamiento de incidencia pública, con especial énfasis en políticas de diversidad e inclusión.

Ulises Hasen Asencio

Publicista con especialización en Marketing Digital. Diplomado en Contenidos Digitales y Redes Sociales. Magíster en Comunicación y Marketing estratégico, Pontificia Universidad Católica de Chile. Cuenta con 10 años de experiencia en Marketing Digital, trabajando en retail, la banca y en la educación técnico profesional. Docente de programas de digitalización de Corfo para emprendedores que inician su transformación digital y tiendas de comercio en línea.

Bernardo Bravo Gutiérrez

Ingeniero Comercial. MBA, Universidad de Chile. Con más 10 años de sólida experiencia en el ámbito comercial desempeñando cargos gerenciales en áreas comerciales, marketing y desarrollo de negocios a nivel nacional e internacional en compañías multinacionales B2B - B2C y Startups líderes en su sector. Se ha desempeñado como Project Manager en Kaufmann Mercedes-Benz y Marketing Manage Hyundai Trucks & Bus.

PLAN DE ESTUDIOS / TEMARIO:

PRIMER NIVEL	SEGUNDO NIVEL	TERCER NIVEL	CUARTO NIVEL
Dirección y Alineamiento Estratégico	La Voz del Cliente	Gestión de Comunicaciones Integradas	Marketing Intelligence
Design Thinking e Innovación	Branding y Publicidad	Venta Consultiva y Relacional	Construyendo la Oferta de Valor
Dirección Estratégica de Ventas	Precios según Valor	Estrategias de Social Media	Proyecto Fin de Grado 1
Planificación y Control del Marketing Estratégico	Gestión Estratégica de Canales	Medios Digitales	Proyecto Fin de Grado 2
Fidelización y Gestión de Clientes	Estrategias de Marketing Digital	Analíticas y Métricas Web	
* Electivo FG		* Electivo G	

* Los cursos electivos: son cursos auto-instructivos (online asincrónico), perteneciente uno al área de Formación General y el otro al área de Gestión.



**UNIVERSIDAD
MAYOR**
para espíritus emprendedores

Consulta por Becas y Convenios
Contacto:
marcos.valenzuela@umayor.cl
Tel/wsp +56964077034

Cumpléndose las formalidades establecidas en el Contrato de Prestación de Servicios Educativos, Universidad Mayor se reserva el derecho a suspender o postergar indefinidamente el inicio de sus programas, de no poder alcanzar el número mínimo de participantes que el programa requiera. Del mismo modo, y con sujeción a las formalidades, se reserva el derecho de hacer ajustes en el plan de estudios o en la nómina de académicos.

UMAYOR.CL - 600 328 1000



5 años
Universidad
acreditada

UNIVERSIDAD MAYOR ACREDITADA NIVEL AVANZADO
Gestión Institucional - Docencia de Pregrado -
Vinculación con el Medio - Investigación
Por 5 años, hasta octubre de 2026



www.msche.org/institution/9172/