

PROGRAMA
ESPECIALIZADO

GESTIÓN APLICADA DEL MARKETING DIGITAL

SEMIPRESENCIAL

DEL 21 DE NOVIEMBRE DE 2024 AL 7 DE AGOSTO DE 2025
MARTES Y JUEVES DE 19.00 A 22.00 HORAS



EDUCACIÓN



EJECUTIVA

SOBRE EL PROGRAMA

Dominar los conceptos y herramientas del *marketing* digital es una competencia imprescindible para todo profesional que quiera desarrollarse y alcanzar sus objetivos en el mercado actual. Las empresas de todo tamaño y los emprendimientos requieren profesionales de *marketing* con fortalezas en comunicación para entornos digitales, innovación, análisis de data y desarrollo tecnológico, que les permitan comunicar mejor su propuesta de valor a los consumidores. En ese sentido, necesitan implementar el *marketing* digital para reorganizar sus métodos de trabajo y estrategias de llegada al consumidor, a fin de obtener más beneficios de negocio y brindar mejores experiencias a sus usuarios.

El consumidor de hoy es digital y *mobile*. Es ahí donde toma decisiones y, en consecuencia, el mercado debe corresponder a ese comportamiento aumentando sustancialmente el uso de plataformas digitales para exponer sus productos y servicios. Además, la inteligencia artificial (IA) viene sorprendiendo al consumidor y está presente en más momentos de su vida para hacerla eficaz.

Modalidad: Semipresencial

Duración: Del 21 de noviembre de 2024 al 7 de agosto de 2025

Frecuencia: Martes y jueves de 19.00 a 22.00 horas

En este contexto, las empresas y emprendimientos necesitan profesionales que generen un aporte sustancial en sus estrategias, a través de plataformas digitales y del conocimiento, para generar eficiencias a través de la IA. Respondiendo a esos nuevos retos, la Universidad de Lima, a través de la Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, presenta el Programa de Especialización Avanzada en Gestión Aplicada de Marketing Digital, que te proporcionará, mediante un enfoque integral, conocimientos, casuística, herramientas, dinámicas de aplicabilidad y talleres, permitiéndote desarrollar las habilidades para contribuir significativamente en las estrategias digitales de tu marca, sumándole valor a tu experiencia. De esta forma, te convertirás en un gestor competente dentro de tu organización.



Gestiona y aplica una estrategia de *marketing* digital para tus negocios

► RESPALDO ACADÉMICO Y METODOLÓGICO

Nuestro programa cuenta con el respaldo de la Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas de la Universidad de Lima, cuyas carreras están acreditadas internacionalmente por el Instituto Internacional para el Aseguramiento de la Calidad (IAC)..

► HABILIDADES DE TÉCNICAS DIGITALES

Se abordará la planificación de medios utilizando las herramientas de Google Ads, así como las de Business Manager de Meta y TikTok. En Google Ads, los temas están vinculados con el desarrollo del negocio, el funcionamiento de la plataforma, entre otros. Asimismo, se desarrollará el ecosistema de Facebook e Instagram Ads, así como su audiencia y formatos orientados a la creación de un *funnel*. Sobre TikTok, se revisarán los formatos y estrategias; además, se resaltarán las similitudes y diferencias con las otras plataformas.

► TALLER PRESENCIAL

CREACIÓN DE VALOR PARA MARCAS

A través de este taller reforzarás la propuesta de valor de una marca como pilar de una estrategia de comunicación efectiva.

► PROYECTO INTEGRADOR

Durante el programa, realizarás un proyecto integrador transversal a todos los cursos, donde crearás un plan de marketing digital aplicado a 4 marcas elegidas por los alumnos. Además, se incluyen sesiones con los docentes especializados para discutir temas y proponer mejores prácticas en el planteamiento y propuesta de valor del proyecto.

Inteligencia artificial aplicada a la Gestión de Estrategias Digitales

En este curso aprenderás a optimizar tus estrategias con IA, fortaleciendo y humanizando de manera eficaz tu marca, alineándolo con los objetivos del negocio. El curso contempla el uso de ChatGPT, Gemini, Copilot, Dall-e, Eleven-Labs, entre otros, para hacer eficiente la ejecución de piezas publicitarias en medios como Google y Meta. Al finalizar, los alumnos recibirán un pack exclusivo de *prompts* para el desarrollo de estrategias y ejecución de su plan de marketing digital.

Certificación que abre las puertas de tu futuro

► CERTIFICACIÓN

Los alumnos que hayan aprobado todas las asignaturas recibirán el Diploma de Especialización Avanzada en Gestión Aplicada del Marketing Digital, otorgado por la Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas de la Universidad de Lima, además del certificado de estudios respectivo. Ambos documentos con firmas digitales tienen valor legal, de acuerdo a la Ley de Firmas y Certificados Digitales, Ley 27269. El diploma incluye un código QR para comprobar su autenticidad. Luego de 45 días hábiles de culminado el programa, ambos documentos serán enviados al correo registrado al momento de su inscripción.

► CERTIFICACIONES GOOGLE ADS Y GOOGLE ANALYTICS 4

Formación en habilidades técnicas, que incluye un taller de preparación para rendir el examen online que otorga la certificación en Google Ads y Google Analytics 4.

Todas nuestras sesiones serán grabadas y estarán disponibles en el Aula Virtual. Además, contarás con beneficios Ulima

► SESIONES GRABADAS DISPONIBLES

Todas nuestras sesiones virtuales serán registradas en video y estarán disponibles en el Aula Virtual hasta 45 días después de culminado el programa.

► SEGUIMIENTO ACADÉMICO Y TUTORÍA

El coordinador vela por que se logren los objetivos del programa y analiza el rendimiento académico de los alumnos. El tutor, por su lado, promueve el cumplimiento de las actividades de evaluación y les brinda orientación acerca del uso del Aula Virtual Ulima y la herramienta Zoom.

► ACCESO A NUESTRA BIBLIOTECA

Tendrás acceso a los recursos de información de nuestra biblioteca (una de las más modernas de Latinoamérica) en sus diferentes modalidades: electrónicos y audiovisuales.*

► ACCESO ONLINE A ULIMA LABORAL

Accederás a nuestra bolsa de trabajo, donde se publican 18 000 vacantes al año y es utilizado por más de 8400 asociados para el reclutamiento de su personal.*

(*) El acceso es válido hasta 30 días calendarios después de haber culminado el programa.



Vivirás la experiencia Ulima
junto a destacados profesionales

► TEAM BUILDING

Al inicio del programa, participarás de nuestro *team building*, donde se realizan dinámicas grupales, cuyo propósito es desarrollar vínculos en el grupo y *networking*, que faciliten su desempeño durante el programa de especialización.*

► NETWORKING

Amplía tu red de contactos junto a profesionales pertenecientes a diversas áreas del sector público y privado.

► DOCENTES PRACTITIONER

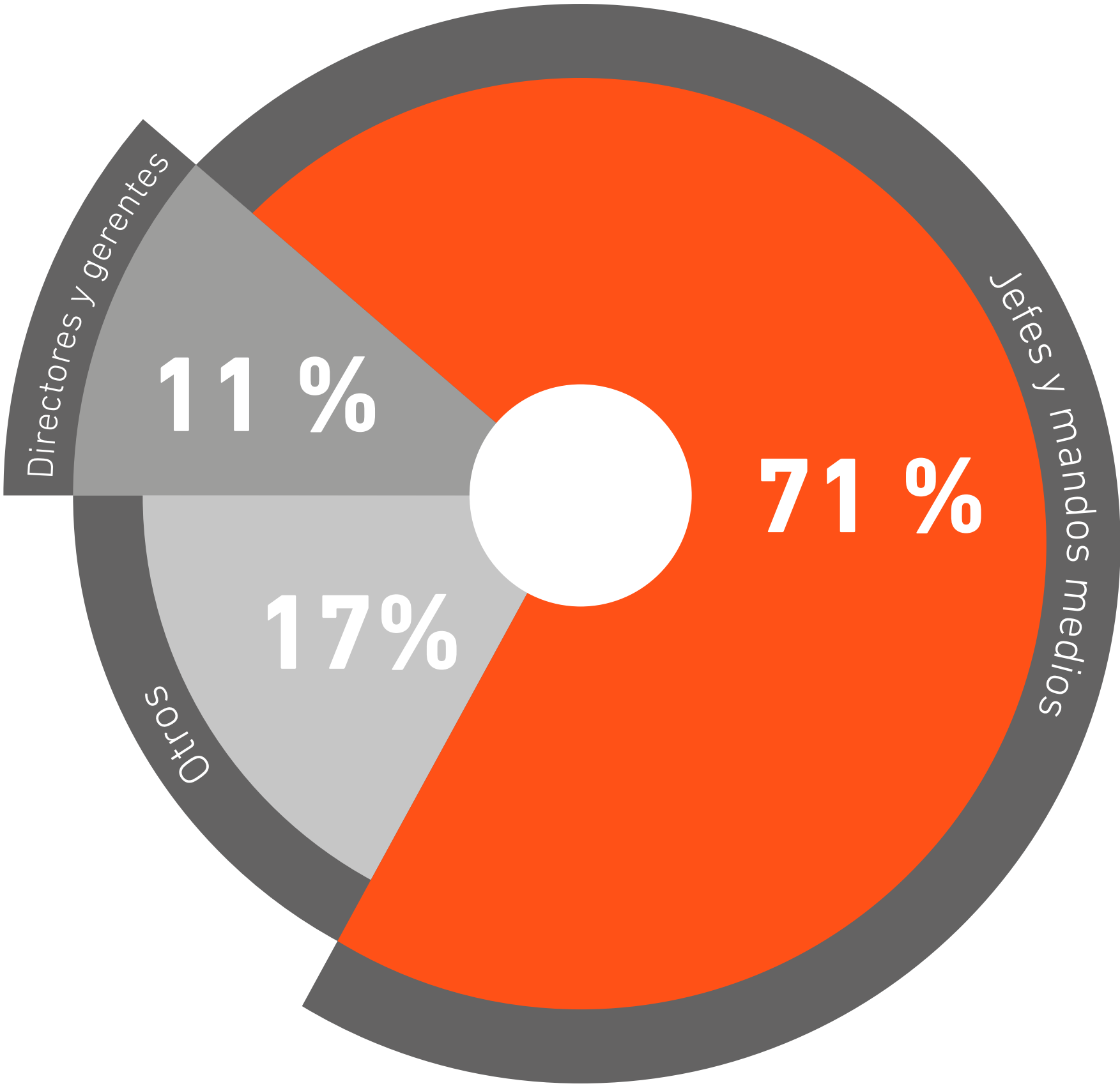
Profesionales de amplia experiencia y gran dominio de las habilidades relacionadas a su rubro.

► DIRIGIDO A

Ejecutivos, gerentes y analistas de *marketing*, ejecutivos de cuenta en agencias de publicidad, *planners*, *community managers*, gerentes de emprendimientos de alto impacto que quieran aplicar *marketing* digital, publicistas, comunicadores y todas las personas relacionadas con el crecimiento de una marca, que busquen intervenir en las decisiones estratégicas de comunicación y crecimiento de un negocio.

► PERFIL DEL ESTUDIANTE

Nuestros estudiantes ocupan roles de:



Fuente: Programa especializado en Gestión Aplicada del Marketing Digital 2023



(*) Las horas de esta actividad no están consideradas dentro de las horas totales del plan de estudios.



COORDINADOR ACADÉMICO

Antonio Rojas Delgado

Director comercial de Presidente, agencia de contenidos para espacios digitales. *Business advisor*, emprendedor y especialista en *marketing* digital con más de 23 años de experiencia. Emprendedor de Brillo Extrem, T-imprimo y Petizos Shop, relacionados con la industria automotriz, impresiones a domicilio y retratos creativos para mascotas, respectivamente. Fue director comercial de Atomikal, fundador de la central de medios digital La Mediática, socio y fundador de Ariadna Perú (parte de Ariadna Communications Group, con presencia en 13 países), agencia que contribuyó a la madurez digital de marcas importantes en el medio. Ha escrito más de 40 artículos de opinión relacionados con la industria digital. MBA por la Universidad Tecnológica del Perú. Especialización en Publicidad y Planeamiento de Marcas por la Escuela de Creativos (Argentina). Bachiller en Ingeniería Informática por la Pontificia Universidad Católica del Perú.

NOTA:

Los docentes que, por algún imprevisto, no puedan asistir a las sesiones programadas serán reemplazados oportunamente por docentes de similar perfil académico y profesional.



DOCENTE

Lorena Berckholtz Lira

Directora creativa independiente. Formó parte de los primeros pasos de Provincia, el mejor estudio de diseño de Perú (LADawards 2023). Ha liderado distintas agencias digitales, tales como Inquba, Ariadna y Atomikal, en las que aumentó el portafolio de clientes y ganó licitaciones para marcas como Rímac, BCP, San Fernando, Toyota, Wong, Metro, Promart, Puma, Unilever, entre otras. Magíster en Creación Audiovisual para Entornos Digitales por la Escuela Universitaria de Artes y Espectáculos TAI (España). Publicista por la Universidad Católica de Santa María.



DOCENTE

Virginia Cáceres Tejada

Commercial Managing Director en Teads. Exdirectora integral de Estrategias en Medios y Publicidad (operación Ecuador) en MullenLowe Delta. Con más de una década de experiencia en *marketing* y estrategia digital en sectores dinámicos como *retail* y consumo masivo. MBA por OBS Business School (España). Bachiller en Marketing y Gestión Comercial por la Universidad San Ignacio de Loyola.



DOCENTE

David Cruz Roncal

Consultor de estrategia digital y *digital product manager* en Prosegur Alarmas, con más de 15 años de experiencia en la gestión de productos digitales y de servicios de tecnología de información para empresas líderes a nivel mundial, como IBM del Perú y Telefónica del Perú. Fue encargado de innovación abierta para el segmento *B2B corporate* y *product manager* de aplicaciones móviles e IoT (*internet of things*) en Telefónica. Tuvo a su cargo la implantación de iniciativas de comercio electrónico de Visa y Mastercard tanto en Perú como en otros países de América Latina. Magíster en Administración de Empresas, con mención en Alta Dirección por la Universidad ESAN. Especialización en Marketing Digital por la Universidad de Illinois en Urbana-Champaign (Estados Unidos). Ingeniero informático por la Universidad Nacional de Trujillo.



DOCENTE

Ronald de La Cruz Cachay

COO & VP de Medios en Grupo P Latam. Socio en Performance, central de medios digitales con sede en Lima y oficinas comerciales en Guayaquil, dedicado a la planificación de medios *online*, analítica web y manejo de plataformas publicitarias. Movilizador de publicidad digital por más de 15 años. Especialista en estrategia digital, planificación de medios online, Google Ads, Facebook, analítica web y programática. Participante de mesas técnicas para la elaboración del perfil profesional y ocupacional en instituciones educativas para la creación de la Carrera de Marketing Digital. Speaker en diversos eventos relacionados con el Marketing y Publicidad Digital. Magíster (c) en Publicidad y Marketing por la Universidad de San Martín de Porres. Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la misma casa de estudios.



DOCENTE

Max Gómez Montejo

Chief Digital Officer en Tafer Resorts Hotel Group (Mexico), con más de 17 años de experiencia como líder de estrategias de marketing de rendimiento y crecimiento para diferentes marcas en comercio electrónico, servicio de suscripción, turismo y telecomunicaciones en Estados Unidos y América Latina. Fue Chief Marketing Officer en Next Net Media (Estados Unidos). Ha sido vicepresidente regional de Growth Marketing y Product Development en Ariadna Communications Group (Estados Unidos). Magíster en Dirección de Marketing por el Colegio de Estudios Superiores de Administración (Colombia). Especializaciones en Fintech: Frameworks, Applications and Strategies, así como en Banking, Corporate, Finance and Securities Law por la Universidad de California (Estados Unidos). Bachiller en Ciencias de la Comunicación y Periodismo por la Universidad Sergio Arboleda (Colombia).



DOCENTE

Marco Muñoz Carranza

CEO de Atomikal (Perú, Ecuador, Colombia, Chile y US). Expresidente del Comité de Social Media e Influencers del IAB. Docente, socio y director de la agencia de medios La Mediática a nivel regional y *speaker* en temas de innovación y estrategias de campañas para proyectos digitales. Cuenta con más de 25 años de experiencia en el mercado digital. Ha contribuido con la madurez digital de las principales empresas del país, liderando campañas de marcas importantes tanto en el Perú como en el extranjero, entre las que destacan PromPerú, Mincetur, Fundación Peruana de Cáncer, Entel, Rimac, BCP, Credicorp, San Fernando, Merck Regional, Backus SabMiller, Nike, Marathon Regional, Belcorp (Esika, Lbel, Cyzone), Coca Cola, Saga Falabella, Unilever (Axe, Sedal, Dove, Clear), Grupo Interbank, Claro, Kraft Regional, entre otras. Especialización en Gestión de Redes Sociales por OBS Business School (España), CEO's Management Program - Kellogg School of Management. Comunicador por Toulouse Lautrec.

NOTA:

Los docentes que, por algún imprevisto, no puedan asistir a las sesiones programadas serán reemplazados oportunamente por docentes de similar perfil académico y profesional.



DOCENTE

Óscar Saldaña Núñez de La Torre

Director de Medios Digitales en Latina Televisión, con más de 18 años de experiencia en el desarrollo de estrategias digitales para marcas como Interbank, ESAN, Universidad del Pacífico, Casa Andina, Huawei, Backus, Chili's, KFC, Divemotor, entre otras. Conferencista internacional en marketing digital, innovación tecnológica y gestión del conocimiento. Especialización en Analítica Web y Técnicas de Análisis por IE Business School (España) y en Transformación Digital por Columbia Business School (Estados Unidos). Ingeniero industrial por la Universidad Nacional de Ingeniería.



DOCENTE

Eduardo Solís Valle

Director de Desarrollo de Negocio en Increnta, con más de 25 años de experiencia en proyectos digitales, de transformación digital y de innovación en empresas como Neo Consulting, Wayra, Grupo La República, Yell Perú, Belcorp–L'Ebel y Telefónica (Perú y España). Ha sido director de Cuponidad.pe y Quántico Trends, y presidente del IAB Perú por dos periodos no consecutivos. Docente en escuelas de posgrado en Perú y en el extranjero. MBA por la Universidad de La Rioja (México) y máster en Negocios Digitales por el IE Business School (España). Especialización en Gestión de la Innovación por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas y en Soft Skills y Habilidades Directivas por UNIR. Ingeniero de sistemas por la Universidad de Lima.

NOTA:

Los docentes que, por algún imprevisto, no puedan asistir a las sesiones programadas serán reemplazados oportunamente por docentes de similar perfil académico y profesional.



Plan de estudios

TEAM BUILDING*	MÓDULO 1	MÓDULO 2
	FUNDAMENTOS DEL MARKETING DIGITAL [12 HORAS SINCRÓNICAS]	ESTRATEGIA Y PLANIFICACIÓN DE MEDIOS DIGITALES [24 HORAS SINCRÓNICAS]
	TALLER CREACIÓN DE VALOR PARA MARCAS [6 HORAS SINCRÓNICAS] [2 HORAS ASINCRÓNICAS]	HABILIDADES DE TÉCNICAS DIGITALES (FACEBOOK ADS, INSTAGRAM ADS, TIKTOK ADS Y PREPARACIÓN PARA CERTIFICACIÓN GOOGLE ADS) [16 HORAS SINCRÓNICAS]
	PLAN DE MARKETING DIGITAL [16 HORAS SINCRÓNICAS]	ANALÍTICA DIGITAL Y EL VALOR DE LOS DATOS [24 HORAS SINCRÓNICAS]
	CREATIVIDAD, INFLUENCERS Y CONTENT MARKETING [16 HORAS SINCRÓNICAS]	IA APLICADA A LA GESTIÓN DE LA ESTRATEGIA DIGITAL [12 HORAS SINCRÓNICAS] [4 HORAS ASINCRÓNICAS]
	GESTIÓN DE MARCAS EN LAS REDES SOCIALES Y REPUTACIÓN DIGITAL [16 HORAS SINCRÓNICAS]	TALLER PREPARACIÓN PARA CERTIFICACIÓN GOOGLE ANALYTICS [8 HORAS SINCRÓNICAS]
	TALLER HUMANIZACIÓN DE MARCAS [6 HORAS SINCRÓNICAS] [2 HORAS ASINCRÓNICAS]	TRANSFORMACIÓN EMPRESARIAL Y MARKETING [18 HORAS SINCRÓNICAS] [6 HORAS ASINCRÓNICAS]
	PROYECTO INTEGRADOR: PLAN DE MARKETING DIGITAL [12 HORAS SINCRÓNICAS] [28 HORAS ASINCRÓNICAS]	
[DURACIÓN: 8.5 MESES APROXIMADAMENTE]		[TOTAL: 228 HORAS]

(*) En este taller se realizan una serie de dinámicas grupales, cuyo propósito es desarrollar vínculos y una red de contactos que faciliten el desempeño del participante durante el programa. Se lleva a cabo en un mismo día y de manera presencial en las instalaciones de la Universidad de Lima. Tiene una duración de 3 horas adicionales a las consideradas en el plan de estudios del programa.

Módulo 1

► FUNDAMENTOS DEL MARKETING DIGITAL

El propósito del curso es abordar el marco teórico fundamental sobre *marketing* digital, de tal manera que se desarrolle una base sólida para iniciar el programa. Los temas que se tratan son el nuevo consumidor, la evolución de los medios, las tendencias, la identificación de *insights*; así como el concepto de *marketing* digital, su tipología, ventajas y desventajas, fundamentos para la parrilla de acciones digitales, fundamentos para métricas del *marketing* digital, entre otros.

► TALLER CREACIÓN DE VALOR PARA MARCAS

El propósito del taller es reconocer la importancia de la conceptualización de una marca. Los temas principales que se desarrollan son la identificación (o recreación) de la propuesta de valor de una marca a partir de las necesidades del consumidor, y la identificación de sus ventajas competitivas y del propósito de la marca.

► PLAN DE MARKETING DIGITAL

El propósito del curso es estructurar un plan de *marketing* digital que se integre al plan estratégico de una marca. Los temas principales que desarrollaremos son las herramientas que se tratan en un plan de *marketing* digital, como el *brief*, el *buyer persona*, entre otras que complementan el abordaje del plan. También, revisaremos una metodología de trabajo base a fin de estructurar el plan. Finalmente, realizaremos un análisis de la ejecución de planes de *marketing* digital a manera de ejemplo. Este curso es el punto de partida para el proyecto integrador que se trabajará a lo largo del programa.

► CREATIVIDAD, INFLUENCERS Y CONTENT MARKETING

El propósito del curso es reconocer la importancia del consumidor como el *input* más valorado para la creación de una estrategia digital, así como la generación de contenido, su forma de distribución y la creatividad como elemento que seduce al consumidor y permite cumplir los objetivos de la marca. Los temas que se abordan son la planificación estratégica, el concepto creativo como base de una estrategia de contenido, las marcas con voz, el *content marketing* y el *influencer marketing*.

► GESTIÓN DE MARCAS EN LAS REDES SOCIALES Y REPUTACIÓN DIGITAL

El propósito del curso es gestionar plataformas sociales según el tipo de consumidor al cual se pretende alcanzar y los objetivos estratégicos de negocio que se esperan cumplir. Los temas que se abordan son las redes sociales, la situación de las plataformas sociales, la organización de un equipo de gestión social, entre otros; además, metodologías para humanizar la marca, plataformas sociales más relevantes (Facebook, Instagram, X, LinkedIn, YouTube y TikTok) y, finalmente, la gestión de la reputación *online* de una marca y el manejo de crisis en redes sociales.

► TALLER HUMANIZACIÓN DE MARCAS

El taller es de naturaleza práctica. Su propósito es aplicar una metodología que permita humanizar la marca a través del desarrollo de contenido que genere empatía en la relación con el consumidor. Los temas principales son el Digital Vibrant Profile Canvas, como metodología para humanizar la marca, el desarrollo de contenidos ideales para las marcas mediante el uso de un Canvas y las plataformas sociales de publicación de contenido.

Módulo 2

► **ESTRATEGIA Y PLANIFICACIÓN DE MEDIOS DIGITALES**

El propósito del curso es gestionar los medios digitales a través de metodologías y técnicas que permitan lograr el *mix* correcto para la difusión de nuestras creaciones digitales. Los temas que se desarrollan son ecosistema e importancia de los medios digitales, *framework* para planeación de medios digitales, el embudo de conversión, proceso de selección y creación de un plan de medios, el rol de medios en 2023 y la inteligencia artificial en medios digitales.

► **HABILIDADES DE TÉCNICAS DIGITALES (FACEBOOK ADS, INSTAGRAM ADS, TIKTOK ADS Y PREPARACIÓN PARA CERTIFICACIÓN GOOGLE ADS)**

El propósito del curso es abordar la planificación de medios utilizando las herramientas de Google Ads y prepararse para la obtención de la certificación en el uso de esta plataforma; asimismo, tratar la planificación de medios en las plataformas sociales más importantes: Facebook, Instagram y la plataforma con mayor proyección de los últimos años, TikTok. Los temas están vinculados con el desarrollo del negocio en Google Ads, el funcionamiento de la plataforma para la ejecución de campañas, entre otros. Del mismo modo, se desarrolla el ecosistema de Facebook e Instagram Ads, así como su audiencia y formatos orientados a la creación de un *funnel* en estas dos plataformas sociales. Sobre TikTok, se revisan los formatos y estrategias de acuerdo al objetivo propuesto; además, se resaltan las similitudes y diferencias con las otras plataformas al momento de anunciar.

► **ANALÍTICA DIGITAL Y EL VALOR DE LOS DATOS**

El propósito del curso es plantear estrategias basadas en datos, es decir, priorizar y analizar métricas relevantes alineadas a los objetivos trazados en la estrategia o en la ejecución táctica digital. Los temas que se abordan en el curso son el ecosistema de la analítica digital, las principales métricas web y métricas sociales, el uso de Google Analytics, los criterios para la optimización de campañas, las buenas prácticas para la elaboración de tableros de control y otros. Este curso se complementa con el taller Habilidades Técnicas sobre Google Analytics.

► **PROYECTO INTEGRADOR: PLAN DE MARKETING DIGITAL**

El propósito del curso es elaborar un plan de *marketing* digital que evidencie la aplicación de los conocimientos y herramientas aprendidas a lo largo del programa. Los temas que se abordan son todos los del programa. Empezaremos por la comprensión de una metodología de trabajo para el abordaje de un plan de *marketing* digital. Luego, seguiremos con la definición y planteamiento de la estrategia —que parte de un problema—, el entorno situacional de la marca, la gestión de las plataformas sociales, el desarrollo de la creatividad, contenido y estrategia de *influencers* y, finalmente, la planificación de medios y medición digital.

► **IA APLICADA A LA GESTIÓN DE LA ESTRATEGIA DIGITAL**

Este curso tiene como propósito que el alumno utilice la inteligencia artificial para optimizar el trabajo estratégico y la metodología en el fortalecimiento y humanización de marca, a fin de crear contenidos más potentes en plataformas y alineados con los objetivos de negocio.

El curso contempla el uso de ChatGPT, Gemini, Copilot, Dall-e, Eleven-Labs, entre otros, para hacer eficiente la ejecución de piezas publicitarias en medios como Google y Meta. Cabe mencionar que cada alumno se llevará un *pack* de *prompts* para que puedan ser utilizados, de manera práctica y eficiente, en sus necesidades estratégicas y en la ejecución de su plan de *marketing* digital.

► **TALLER PREPARACIÓN PARA CERTIFICACIÓN GOOGLE ANALYTICS**

El propósito del taller es manejar las herramientas de Google Analytics para conocer los comportamientos del consumidor, así como prepararse para la obtención de la certificación en el uso de esta plataforma. Los temas que se abordan son la introducción a Google Analytics, su diseño, campañas y seguimiento de conversiones, tipos de informes básicos, el centro de análisis, entre otros.

► **TRANSFORMACIÓN EMPRESARIAL Y MARKETING**

El propósito del curso es brindar una visión integral sobre las últimas tendencias de transformación digital y cómo estas se integran al *marketing* digital para hacerlo más potente. Los temas que se desarrollan en el curso son la economía digital, la experiencia del usuario (UX), el *e-commerce*, la relación entre la experiencia del usuario y las métricas de *e-commerce* y, finalmente, un acercamiento a la innovación y transformación digital de las marcas.

Inversión

Público en general	S/ 11 200*
Pronto pago y exalumnos del Consorcio de Universidades	S/ 10 080
Cliente frecuente y docentes Ulima	S/ 9520
Alumnos y egresados Ulima	S/ 8400

► **EMPRESAS E INSTITUCIONES**

Tarifa corporativa (Dos o más participantes)	S/ 10 080
Convenios corporativos	S/ 9520

► **FINANCIAMIENTO**

- Directo con la Universidad de Lima:
 - 25% de cuota inicial
 - Saldo hasta en 6 cuotas sin intereses (previa calificación)

► **DESCUENTOS**

(*) Consulta por nuestras opciones de descuento. Los descuentos no son acumulables. Pago en cuotas sin intereses con tarjeta de crédito Interbank (hasta 12 meses), BCP (hasta 12 meses), BBVA (hasta 9 meses) y Dinners Club (hasta 9 meses).

Conoce más opciones de pago [aquí](#).

NOTA1: En el caso de los graduados de la Universidad de Lima, prevalece la tarifa de exalumno.

NOTA 2: Las anulaciones de inscripciones o cambios de participantes se deberán realizar dos días útiles antes de la fecha de inicio del programa. Para ello, deberá enviar una carta con la solicitud correspondiente. En caso contrario, la Universidad de Lima no aceptará modificaciones en el proceso de inscripción.

Admisión

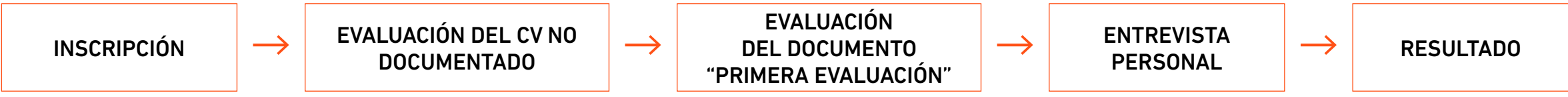
► **REQUISITO**

- Diploma de bachiller o título universitario en carreras de Comunicaciones, Publicidad, Administración y/o alguna relacionada con el crecimiento de una empresa.
- En su defecto, acreditar, como mínimo, dos años de experiencia laboral en el área de *marketing* o comunicaciones.
- Se considera conveniente contar con nivel básico de inglés (solo comprensión lectora).

Para postular, debes presentar los siguientes documentos de manera online:

- Ficha de inscripción.
- DNI en copia simple o escaneada.
- *Curriculum vitae* no documentado.
- Una fotografía a color, tamaño pasaporte, con fondo blanco, sin anteojos y con vestimenta formal (caballeros en ter-no saco, camisa y corbata, y damas en sastre: blusa y saco). La foto es indispensable para la emisión del diploma.
- Documento de admisión “Primera evaluación” debidamente diligenciado.

► **PROCESO**



(*) Para los casos que no estén registrados en Sunedu, se requiere copia del diploma de grado o título universitario certificada por un notario o por el secretario general de la universidad de origen. Los documentos emitidos en el extranjero deberán ser sellados y firmados por el Consulado del Perú en el país de origen, y visados por el Ministerio de Relaciones Exteriores en el Perú. Cuando corresponda, se debe seguir el trámite de la apostilla de La Haya.

LA GARANTÍA EDUCATIVA DE
LA UNIVERSIDAD DE LIMA

62

años de prestigio y reconocimiento
formando líderes que transforman
y mejoran el país.

+130

convenios internacionales para
crecer en entornos globales y
expandir tu red de contactos.

50 000

egresados trabajan en las principales
empresas e instituciones del país.

95%

de egresados trabajan antes de cumplir
un año de egreso y están entre los mejor
remunerados a nivel nacional.

LA GARANTÍA DE NUESTRA
EDUCACIÓN EJECUTIVA

+25

años de experiencia especializando
a profesionales.

+30000

empresas del sector público y
privado han confiado en nosotros.

+90%

de nivel de satisfacción de
nuestros egresados.

ACCESO A ULIMA LABORAL

18 000

vacantes son
publicadas al año

+8400

empresas de primer nivel la
utilizan para reclutar personal.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS CON
RECONOCIDAS INSTITUCIONES



“ El mundo digital se
renueva segundo a
segundo.

Estudiar este Programa Especializado ha sido muy en-
riquecedor porque he logrado refrescar conceptos bási-
cos, aprender nuevas herramientas y su uso eficiente, y
ganar habilidades para adaptarme a este entorno digital.
Además, ha sido muy satisfactorio trasladar y aplicar las
herramientas aprendidas en mi trabajo.



**Jessica Fiorella
Wong Arnao**
Jefa de Marketing de Donna Cattiva
Egresada del Programa 2023



SOMOS EL CAMBIO, ESPECIALÍZATE

INFORMES E INSCRIPCIONES

(01) 4376767 - Anexo 30159
educacionejecutiva@ulima.edu.pe

 EducacionEjecutivaUlima
 educacionejecutiva_ulima
 educacionejecutivaulima