

# MARKETING E INNOVACIÓN



## ¿POR QUÉ MARKETING E INNOVACIÓN EN UCAL?

Por lo general, las carreras de Marketing se enfocan en la administración y el análisis numérico y estadístico.

Si bien esto es importante, creemos que hace falta una propuesta académica que incluya y potencie la creatividad. Por eso en UCAL, formamos al nuevo profesional de Marketing analítico y creativo para que innove en los negocios.

### **MAG. MARCO A. VIDAL**

Director de la carrera de Marketing e Innovación.





**ROMPEMOS PARADIGMAS GENERANDO  
EXPERIENCIAS ÚNICAS CON EL CONSUMIDOR**



## TÍTULO, GRADO Y MENCIONES

### TÍTULO PROFESIONAL

- Licenciado en Marketing e Innovación.\*

### GRADO

- Bachiller en Marketing e Innovación.

### MENCIONES

- Investigación Estratégica.
- Branding.
- Gestión Comercial.

\*Luego del bachillerato y de cumplir los requisitos exigidos.



---

## PERFIL DEL EGRESADO

---

En UCAL formamos un nuevo perfil mediante el dominio del pensamiento creativo. Es un profesional de Marketing enfocado en el consumidor, que entiende de manera profunda a las personas, y crea productos, servicios y modelos de negocios innovadores para gestionar nuevas experiencias de intercambio de valor en el mercado.

**Empático:** Entiende otros puntos de vista.

**Explorador:** Domina la incertidumbre en la búsqueda de nuevos descubrimientos.

**Visionario:** Identifica tendencias y oportunidades futuras.

**Analítico:** Detecta e Interpreta datos con alta atención al detalle.

**Creativo:** Elabora ideas originales desde las necesidades de los consumidores.

**Responsable:** Reflexiona y ejecuta con coherencia.

---

## PILARES DE LA CARRERA

---

### EXPLORACIÓN EMPÁTICA

Ejercitamos el entendimiento de las personas de manera profunda y colaborativa, dentro del ambiente que las rodea encontrando indicios que ayuden a pronosticar oportunidades futuras para proponer soluciones de valor.

### DISRUPCIÓN ESTRATÉGICA

Abarcamos la innovación desde opciones estratégicas incrementales, sin embargo, creemos que es momento de atreverse a crear alternativas que cuestionen las recetas pre-establecidas para generar nuevos modelos de negocio.

### GESTIÓN RESPONSABLE

Inspiramos a la toma de decisiones coherentes y sustentables mediante la reflexión para incorporar la práctica responsable en la gestión. Motivamos a repensar el impacto más allá del ámbito comercial logrando sostenibilidad y aportes significativos en la sociedad.

## ATRIBUTOS DE LA CARRERA

### ENFOQUE EXPERIMENTAL Y LÚDICO

Experimentos de simulación con Realidad Virtual, Juegos de mesa de marketing, campus con zonas de simulación y prototipado en tiempo real, Workshops con Lego® Serious Play®.

### VISIÓN GLOBAL

Docentes con trayectoria académica y profesional en diferentes regiones a nivel nacional e internacional compartiendo sus vivencias en aula sobre otras realidades.

### METODOLOGÍAS ACTUALIZADAS

Método Pro.seso Creativo® y talleres de Innovación con proyectos reales de empresas y jurados externos en los 10 ciclos de la carrera.

### EVENTOS PERMANENTES

Eventos nacionales e internacionales programados por la carrera para entrar en contacto directo con otras realidades.

### MÉTODO DEL CASO

Método del caso de universidades como Harvard, Standford, Babson para desarrollar el pensamiento crítico, visión integral, atención al detalle, resolución de problemas y toma de decisiones.



## MERCADO LABORAL



Empresas de retail como tiendas por departamento o cadenas.



Empresas de consumo masivo o industriales.



Empresas de investigación de mercado e innovación.



Empresas de servicios como hoteles, bancos, etc.



Empresas con estructuras digitales.



Tu propio negocio como gestor de marketing e innovación.



Agencias de marketing y creatividad.

## AUTORIDADES ACADÉMICAS



### GUADALUPE VILLAVICENCIO

Experta en Comunicación Interna, con más de 20 años de experiencia en áreas de Publicidad, Marketing y Recursos Humanos. Ha trabajado como Gerente de Marketing Interno, Cultura Organizacional y Gestión del cambio para el Grupo Telefónica en México y Perú.



### RICARDO CUEVA

Director de Insights en BREIN, Hub de innovación del Grupo Breca; trabajó como Gerente de Ipsos Marketing en Ipsos Perú, desarrollando proyectos cualitativos y cuantitativos para empresas como Nestlé, SAB Miller, Pepsico, Alicorp, Gloria, AJE, Interbank, U. Pacífico, etc.

### MAG. MARCO A. VIDAL

#### Director de la Carrera de Marketing e Innovación

MBA Executive en Marketing & Gestión Comercial por ESIC Business & Marketing School en Curitiba - Brasil; Magíster en Antropología Visual por la Pontificia Universidad Católica del Perú; con estudios de postgrado en Coolhunting y Trend Research en la Universidad de Palermo en Buenos Aires - Argentina, y Marketing Global en ESIC Madrid - España. Licenciado en Educación por la USIL, tiene 11 años de experiencia docente en pregrado y postgrado, y más de 17 años de experiencia en marketing, innovación, y negocios internacionales en Perú, EEUU, Europa y Oriente.







### **MARIANA RIPOLL (Argentina)**

Ejecutiva Senior de Marketing con amplia experiencia en Argentina, Ecuador, Colombia, Chile y Perú. Experta en el manejo estratégico de marcas, consolidación de portafolios, lanzamiento de productos nuevos, apertura de nuevos mercados y comunicación transmedia.



### **NÉSTOR GALLO**

Líder de Innovación Tecnológica y Digital en BREIN, Grupo Breca. M.Sc. in Business Analytics por Bentley University, Boston. Especialista en Marketing Digital y UX. Experto en el entendimiento sobre el despegue del comercio electrónico en el Perú, y el comportamiento del consumidor en Internet, redes sociales y móviles.



### **MIGUEL PAREDES**

Director del Centro de Analítica Avanzada del Grupo Breca. Phd (c) en Data Science y Applied Machine Learning por el MIT. Especialista en decisiones estratégicas en incertidumbre, Big Data, A/B testing.



### **RIC EDINBERG (Estados Unidos)**

Diseñador de negocios, investigador y estratega con más de 14 años de experiencia. Tiene un Máster en Diseño por el Instituto de Diseño en el ITT. Consultor alrededor del mundo para firmas como Doblin, Gravity Tank, Mayo Clinic y Steelcase. Hace 6 años es Director Ejecutivo de la oficina de Insitum en EEUU.



### **SARAH PINK (Inglaterra)**

Directora del Centro de Investigación de Etnografía Digital en el RMIT University, Australia. Phd en Antropología Social por University of Kent en UK. Especialista en tecnologías emergentes, futuros digitales, data y automatización, e investigación visual y sensorial, e innovación digital.

**CONSEJO  
CONSULTIVO**

## PLANA DOCENTE



### ALEXANDRE WEILER (Brasil)

Doctor en Administración y MBA Executive en Marketing, es especialista en informática de la educación y profesor en diferentes universidades de Brasil. Tiene experiencia en emprendimientos tecnológicos, e-business e innovación.



### VERÓNICA CONTRERAS (Colombia)

Consultora senior con estudios de Postgrado en Marketing, Historia y Cultura material. Ha trabajado en diferentes sectores como cultura, moda, diseño y medios en las áreas de investigación, estrategia y mercadeo.



### RICARDO DEUSTUA (Perú)

Gerente de Auto-atención de Claro Perú. Especialista en self-service y atención virtual, con 15 años de experiencia en telecomunicaciones. Publicista y Administrador de empresas con estudios de especialización en Marketing Digital.



### **FERNANDO CANZIANI (Brasil)**

Ejecutivo de Marketing con amplia experiencia internacional en ámbitos deportivos y educativos. MBA en Management y Máster en Marketing, es también profesor en diversas universidades de Brasil.



### **FABIÁN BUENO (Perú)**

Socio de Innovivir, consultora en innovación, fundador de IT Brands, agencia de conexión de negocios. Es docente hace 8 años en diversas escuelas de negocios. Tiene una Maestría en Gestión Comercial y Marketing (ESIC, España).



### **ALEXANDRA ÁLVAREZ (Colombia)**

Psicóloga de la Pontificia Universidad Javeriana en Bogotá, especialista en Gerencia de Mercadeo, Branding, Coolhunting, y Green Marketing, ha trabajado en Universal McCann y actualmente es Research Director para IPG Mediabrand Colombia.

# MALLA CURRICULAR

1	2	3	4
Fundamentos de Marketing	Marketing Aplicado	Innovación de Productos y Servicios	Ventas
Introducción a los Negocios	Trend Research & Coolhunting	Behavioral Economics	Estrategias de Facilitación y Distribución
Liderazgo Personal	Psicología y Percepción	Antropología y Etnografía	Insights e Investigación Cualitativa
Creatividad I	Creatividad II	Técnicas de Investigación	Metodología de la Investigación
Expresión Escrita	Inglés I	Inglés II	Ecosistemas Digitales
Matemática I	Economía	Estadística	Costos y Presupuestos
Taller de Innovación 1	Taller de Innovación 2	Taller de Innovación 3	Taller de Innovación 4

## Mención: Investigación Estratégica

7	8	9	10	7
Etnografía Digital	Etnografía Visual, Material y Sonora	Investigación Sensorial	Investigación en Retail	Identidad Visual Corporativa
			Investigación de las Interacciones Humano-Máquina	

\*El estudiante puede optar por la mención en Investigación Estratégica, llevando los cursos arriba señalados.

\*El estudiante puede



Cursos de  
Formación  
Profesional



Estudios  
Generales

5	6	7	8	9	10
Estrategias de Publicidad Centradas en el Usuario	Global Marketing	Innovación Estratégica	Plan de Marketing	Dirección de Marketing	-
Retail & Trade Marketing	Branding y Gestión de Experiencias	Gerencia de Producto y Estrategias de Crecimiento	Derecho Comercial	Taller de Investigación I	Taller de Investigación II
Investigación Cuantitativa	Gestión Comercial	Electivo	Start up y Crowdsourcing	Electivo	Liderazgo Gerencial
Realidad Nacional, Inclusión y Derechos Fundamentales de la Persona	Arte y Cultura	Filosofía y Ética	Electivo	Electivo	Electivo
Pricing	Electivo	Electivo	Electivo	Electivo	Electivo
Finance Lab I	Business Lab	Business Analytics	-	-	-
Taller de Innovación 5	Taller de Innovación 6	Taller de Innovación 7	Taller de Innovación 8	Taller de Innovación 9 Proyectos Interdisciplinarios	Taller de Innovación 10

### Mención: Branding

8	9	10
Visual Merchandising	UX: Minds and Machines	Producción Transmedia
		Deconstrucción de Estereotipos y Representaciones Sociales

### Mención: Gestión Comercial

7	8	9	10
Administración y Diseño de Servicios 1	SCM - Supply Chain Management	Gestión con Tecnologías Móviles	Gerencia para el Desarrollo Sostenible y el Medio Ambiente
			Gestión del Talento

Optar por la mención en Branding, llevando los cursos arriba señalados.

\*El estudiante puede optar por la mención en Gestión Comercial, llevando los cursos arriba señalados.

\*Plan de estudios sujeto a variación.


# ¿POR QUÉ UCAL?

## CONVENIOS ACADÉMICOS



## CONVENIOS CORPORATIVOS





**UCAL ES LA ÚNICA  
UNIVERSIDAD ESPECIALIZADA  
EN FORMAR PROFESIONALES  
CREATIVOS E INNOVADORES  
DE NIVEL INTERNACIONAL.**

## E ESPECIALIZACIÓN

Concentrarnos en carreras creativas nos permite ofrecer una educación personalizada y especializada del más alto nivel.

- Método Pro.seso Creativo®, para el desarrollo del pensamiento creativo.
- Enfoque práctico.
- Cursos integrales de proyectos en todos los ciclos.
- Sistema de evaluación con jurados.

- Centro de Alto Desempeño (CAD) con servicio de coaching.
- Conferencias empresariales permanentes.
- Campus Creativo.

## F FORMACIÓN DE NIVEL INTERNACIONAL

Ofrecer una experiencia de aprendizaje internacional da como resultado formar profesionales con visión global.

- Malla curricular diseñada siguiendo las últimas tendencias internacionales en carreras creativas.
- Convenios con instituciones líderes en carreras creativas a nivel mundial.
- Eventos y conferencias internacionales permanentes.
- Intercambios estudiantiles y viajes de estudio.
- Contamos con docentes internacionales.

## A ALTA DEMANDA LABORAL

Acompañar permanentemente al alumno a lo largo de la carrera y asesorarlo en su colocación, nos asegura una alta empleabilidad en el Perú y el mundo.

- Centro de Oportunidades Laborales (COL) dedicado a identificar oportunidades para alumnos y egresados, asesorándolos en su proceso de colocación.
- Bolsa de trabajo con alianzas estratégicas con empresas del sector y del exterior.

- Casos y proyectos reales dentro del aula para diferentes empresas.
- Participación en concursos especializados convocados por empresas.



Universidad de Ciencias  
y Artes de América Latina



**¡PARTICIPA DE  
NUESTROS EVENTOS!**

Para todos nuestros eventos puedes inscribirte llamando al  
622-2222 opción 1 o escribiendo a [informes@ucal.edu.pe](mailto:informes@ucal.edu.pe)

**[www.ucal.edu.pe](http://www.ucal.edu.pe)**

Counter La Molina: Av. La Molina 3755, Sol de la Molina.  
Counter Surco: Av. Primavera 1050 - 5to piso (Edificio Gerens) - Chacarilla.

**WhatsApp: 942632791**