

Perfil de egreso:

El alumno es capaz de diseñar un plan de marketing emprendedor usando el modelo Lean Startup de manera correcta y con capacidad de aplicarlo en una idea de negocio o de emprendimiento que tenga

Sinergias con la sociedad **7**

- Emprendedores
- Asociaciones Business Angels
- ESAN
- Starpups Exitosas

Metodología y actividades **5**

- Discusiones entre el docente y el resto de integrantes del salón
- Casos
- Plan de marketing emprendedor

Recursos, materiales y fuentes **6**

- Diapositivas
- Papers y lecturas
- Proyector
- Plumones y pizarra

Objetivo de la asignatura **1**

Al finalizar el curso el alumno es capaz de diseñar un plan de marketing emprendedor usando el modelo Lean Startup de manera correcta

Ruta de aprendizaje **3**

- Las 4 Cs
- Análisis de Mercados
- Coste de Captación
- Comunicación

Contenido temático **4**

De las 4 Ps a las 4 Cs, Fuentes de información, Estrategias Lean StartUp Moment – Desarrollo y lanzamiento de nuevos productos, El coste de adquisición, Comodidad, Marketing de Guerrilla – Inbound marketing. Creación de comunidades

Perfil del estudiante **2**

Emprendedores que carecen de los conocimientos de marketing necesarios para lanzar con éxito sus proyectos en el mercado local. Pequeños y medianos empresarios que quieren mejorar la eficiencia y rentabilidad de sus Administradores de empresas tanto de rubros industriales, servicios o gran consumo, que quieran actualizar sus conocimientos de marketing

Evaluación **8**

- Control de lecturas
- Trabajo individual
- Participación en clase

Comunicación **9**

- Correo electrónico
- Aula virtual
- Esan virtual

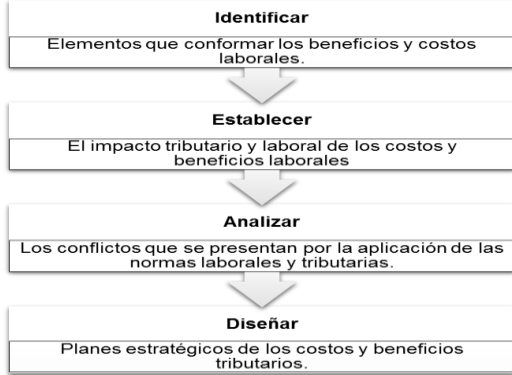
Perfil de egreso: Dirección Estratégica de Marketing – pertenece al área de Marketing, es de carácter obligatorio, de naturaleza teórico-práctica y tiene como propósito desarrollar habilidades de gestión en marketing que orienten la elaboración de un plan estratégico de marketing integral de una empresa real. Se desarrollarán 5 unidades de aprendizaje: Conceptos Generales, Quién, Qué, Cómo y Evaluación.

<p>Sinergias con la sociedad 7</p> <p>Podría visitar empresas de consumo B2C idealmente así como agencia de publicidad. - Ideal profesor invitado en B2B. - Ideal la asistencia al CAMP o FAM</p>	<p>Metodología y actividades 5</p> <p>-E: Se solicitará a los alumnos que ellos provean los ejemplos para cada uno de los conceptos. S: realizar ejercicio lúdico.</p> <p>A: Dividir a la clase en grupos de 5 para desarrollar un ejemplo.</p> <p>N: los alumnos deben exponer sus casos en clase.</p>	<p>Objetivo de la asignatura 1</p> <p>Al finalizar la asignatura, el estudiante elabora detalladamente el Plan estratégico de Marketing para un caso real de acuerdo con el Modelo de Marketing del “Quién, Qué y Cómo” el cual permitirá el lanzamiento o re-lanzamiento de una marca/producto en el mercado.</p>	<p>Ruta de aprendizaje 3</p> <p>Conceptos generales de marketing.</p> <p>Quién: selección de público objetivo.</p> <p>Qué: posicionamiento y conceptos.</p> <p>Cómo: plan táctico de marketing.</p> <p>Evaluación: trabajo grupal y examen.</p>	<p>Perfil del estudiante 2</p> <p>El estudiante es un profesional en negocios que busca desarrollar sus habilidades de marketing ya sea para aplicarlos para su propia empresa o para la empresa para la cual trabaja.</p>
<p>Recursos, materiales y fuentes 6</p> <p>Diapositivas con audio y video.</p> <p>Clase flexible para agruparse.</p> <p>Libro: Marketing según Kellogg</p>			<p>Contenido temático 4</p> <p>Conceptos generales de marketing: Penetración, lealtad e índice de gasto.</p> <p>Quién: público objetivo estratégico y targets primarios.</p> <p>Qué: pirámide de posicionamiento, elaboración y evaluación de conceptos de comunicación.</p> <p>Cómo: Modelo de los 7 puntos de contactos.</p> <p>Evaluación: elaboración y resolución de caso real.</p>	
<p>Evaluación 8</p> <ul style="list-style-type: none"> - Examen final personal - Trabajo grupal de lanzamiento o relanzamiento de marca. - Participación en clase en base a intervenciones acertadas. 		<p>Comunicación 9</p> <p>Por correo electrónico. Comunicación fuera de sesión un día previo a clase como recordatorio.</p>		

0 Perfil de egreso

La asignatura pertenece al área académica de Administración y Recursos Humanos, es de carácter obligatoria, de naturaleza teórica – práctica, y tiene el propósito de desarrollar los elementos de un sistema de información, sus objetivos, componentes, así como dar soporte a los tomadores de decisiones de un proyecto real. Se desarrolla en 2 unidades de aprendizaje: 1. Sistema de información para el Monitoreo y Evaluación de Programas y Proyectos; y, 2. Herramientas para el Monitoreo y Evaluación de Programas y Proyectos.

<p>Sinergias con la Sociedad</p> <p>Invitación de Director de Seguimiento y Evaluación de Programas y Proyectos de PROINVERSION</p>	<p>7</p> <p>Metodología y Actividades 5</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expositivo • Análisis de casos – videos • Juego de roles • Caso práctico 	<p>1</p> <p>Objetivo de la asignatura</p> <p>Al finalizar la asignatura el estudiante utiliza adecuadamente las herramientas de monitoreo y evaluación, que le permitirán construir el sistema de monitoreo y evaluación de programas y proyectos.</p>	<p>3</p> <p>Ruta de Aprendizaje</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Revisión del proceso de construcción de un Sistema de M&E 2. Herramientas de Monitoreo 3. Herramientas de evaluación 4. Identificación de los indicadores y las herramientas para el M&E. 	<p>2</p> <p>Perfil del estudiante</p> <ul style="list-style-type: none"> • Egresado universitario • Conocimiento intermedio de estadística • Experiencia en monitoreo y evaluación de programas ó proyectos
<p>Recursos materiales y fuentes 6</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diapositivas • Lecturas 	<p>4</p> <p>Contenido Temático</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué es un Sistema de M&E? <ul style="list-style-type: none"> - Etapas de construcción 2. Herramientas de Monitoreo <ul style="list-style-type: none"> - Observación - Grupos focales - Guía de entrevista 3. Herramientas de evaluación <ul style="list-style-type: none"> - Encuestas 	<p>8</p> <p>Evaluación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en grupo • Control de lectura • Examen 	<p>9</p> <p>Comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Correo electrónico • Grupo de WhatsApp • Foro ESAN 	

<p>Sinergias con la sociedad:</p> <p>7</p> <ul style="list-style-type: none"> Invitar a un auditor de la Sunat. 	<p>Metodología y actividades: 5</p> <ul style="list-style-type: none"> Análisis de casos. Debates. Prácticas de lectura individual. Trabajo y exposiciones grupales. Examen Final 	<p>Objetivo de la asignatura: 1</p> <p><u>EFFECTOS TRIBUTARIOS EN LA LEGISLACIÓN LABORAL:</u></p> <p>Al finalizar la asignatura, el participante es capaz de diseñar eficazmente políticas de implementación de costos y beneficios laborales desde el punto de vista tributario, el cual permitirá a los directivos y colaboradores tomar decisiones y lograr los resultados esperados en la organización.</p>	<p>Ruta de aprendizaje: 3</p> 	<p>Perfil del estudiante: 2</p> <ul style="list-style-type: none"> Profesionales con conocimientos básicos de normas laborales y tributarias. Ejecutivos que tomen decisiones.
<p>Evaluación: 8</p> <ul style="list-style-type: none"> Control de lecturas. Exposiciones grupales Exámenes 	<p>Comunicación: 9</p> <ul style="list-style-type: none"> Correo electrónico. Google drive. 			
<p>Recursos, materiales y fuentes: 6</p> <ul style="list-style-type: none"> Laptop Diapositivas. Normas legales: <ul style="list-style-type: none"> Ley del Impuesto a la Renta. Decreto legislativo 650 – Norma CTS y su reglamento. Decreto legislativo 728 – Ley de Productividad y su reglamento. Jurisprudencias del Tribunal Fiscal. Páginas web sugeridas. 			<p>Contenido temático: 4</p> <ol style="list-style-type: none"> Aspectos formales en la contratación de un trabajador: <ul style="list-style-type: none"> Contrato de trabajo y clases de contratación laboral. Intermediación laboral y tercerización. Contrato de locación de servicios y su desnaturalización. Costos y beneficios laborales: <ol style="list-style-type: none"> Tributación laboral: <ol style="list-style-type: none"> Tratamiento de los conceptos remunerativos, no remunerativos y condición de trabajo. Deducciones de los costos laborales: <ol style="list-style-type: none"> Impuestos a la renta: <ol style="list-style-type: none"> Momento de su deducción: gratificaciones, vacaciones, CTS, PTU y otros conceptos. Los principios de deducción en renta. Análisis de Casos - Jurisprudencia Diseño e implementación de los Costos y Beneficios laborales. 	