

DOCENTES

Diego Sakoda Mizushima

Módulo: Brand Management / Innovación y estrategias de lanzamiento de producto / Omnichannel distribution and retail management

Magíster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial por la Escuela de Postgrado de la Universidad del Pacífico. Licenciado en Administración de Empresas/Universidad de Piura.

Con conocimiento de Canales de Distribución y Ventas a nivel nacional (Canal Tradicional y Moderno), Retail, Cash and Carry e implementaciones en canal digital (E-Commerce y CTverde).

Actualmente labora en THERMOS como Country manager (Ecuador, Bolivia y Perú), posee experiencia en marketing en Arca Continental Lindley en el área de RGM, Gerente de categoría en Mifarma entre otras.

Ha gestionado equipos de venta de hasta 40 personas, gestionado lanzamiento de productos a nivel nacional además de liderar la implementación de estrategias, desarrollo de nuevos productos en productos de consumo masivo y Retail

Jorge Tello

Módulo: Revisión de la literatura / Revisión sistemática de literatura

Es profesor-investigador en la Universidade Federal do Rio Grande (FURG) y, en la misma universidad, está como Coordinador del Curso de Posgrado en Gestión de Operaciones y Logística (GOL) para la Infantería de Marina de la Marina del Brasil. Ha publicado más de 50 artículos científicos en congresos científicos internacionales y en revistas indexadas en el Scopus y el Web of Science (WoS). Doctor en Administración por la Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, Brasil; su tesis de doctorado se orientó a identificar la capacidad de innovación de la industria Metal Mecánica brasileña. Es Ingeniero Mecánico por la Universidad Nacional del Centro del Perú (UNCP).

María de las Mercedes Carbonell

Módulo: Definición de problemas y oportunidades estratégicas en Marketing / Estrategias y Plan de Marketing / Valoración de Impacto

Consultora en planeamiento estratégico y estrategia comercial, con más de 20 años de experiencia directiva internacional en las áreas de desarrollo de marcas y estrategia de marketing para consumo masivo y venta directa en mercados latinoamericanos; y 10 años de experiencia docente en pre grado y post grado.

Administradora de Empresas por la Universidad del Pacífico, MBA por INCAE y Universidad Adolfo Ibañez y con especializaciones en Dirección Comercial por Universidad de Piura y Kellogg School of Management.

Elíana Gálvez

Módulo: Marketing Digital

Eliana Gálvez Paiba MBA por Maastricht School of Management. Licenciada en Administración por la Universidad del Pacífico. Master en Marketing por EADA Barcelona. Especialización en Marketing Digital por la Universidad ESAN. Experiencia docente de 14 años. Actualmente, profesora a tiempo parcial en la Universidad del Pacífico y otras instituciones educativas. Mentora del Centro de emprendimiento de la Universidad del Pacífico, jurado y asesora de tesis de la Universidad del Pacífico. Experiencia profesional de 17 años en áreas de Gestión, Marketing y Comercial. Ha sido Gerente de División de Corporación Miyasato, Gerente Comercial de Grupo Eulen, Gerente Comercial de Misión Médica y Asesora del Despacho del Viceministro de Empleo y MYPE del Ministerio de Trabajo. Amplia experiencia en consultoría empresarial para pequeñas, medianas y grandes empresas en temas relacionados a emprendimiento, marketing, marketing digital, estrategia, formación, liderazgo y sistemas de gestión de la calidad.

Enver Tarazona:

Módulo: Investigación de mercados aplicado

Enver Tarazona Vargas es magíster en Estadística de la Pontificia Universidad Católica del Perú e ingeniero en Estadística e Informática de la Universidad Nacional Agraria La Molina. Además, cuenta con estudios de maestría en Ciencia de Datos y una segunda especialidad en Medición y Evaluación del Aprendizaje de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Su área de investigación se centra en el campo de la Teoría de Respuesta al Ítem (IRT) bajo inferencia bayesiana aplicada al marketing, comportamiento del consumidor y medición educativa. Ha participado frecuentemente como ponente en diversos eventos académicos nacionales e internacionales.

Christian Manrique:

Módulo: Marketing de contenidos

Administrador de la Universidad del Pacífico, con MBA en el Tec de Monterrey y especializaciones en Dirección comercial, Marketing Digital, Design Thinking y Metodologías Ágiles. Actual Jefe de Marketing de Morteros en Saint-Gobain, docente universitario y consultor. Con amplia experiencia en áreas de Marketing, Ventas, y Trade Marketing en rubros tan diversos como consumo masivo, retail, servicios y tecnología. Apasionado de la innovación y el desarrollo de negocios.

María Matilde Schwalb

Módulo: Gestión Estratégica de Responsabilidad Social

Matilde Schwalb es profesora del Departamento Académico de Administración de la Universidad del Pacífico, investigadora del Centro de Investigación-CIUP, y directora del Centro de Ética y Responsabilidad Social (CERS). Es doctora en Economía y Dirección de Empresas por la Universidad de Deusto (España), MBA con especialización en Marketing y Negocios Internacionales por la University of Miami (USA), y licenciada en Administración por la Universidad del Pacífico. Ha sido Vicerrectora de la Universidad del Pacífico y Decana de la Facultad de Administración de la misma Universidad. Es Vocal del Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria (CONAR), miembro del Consejo Consultivo de Alliance for Integrity en Perú, y ha sido miembro del Consejo Consultivo de la Presidencia del Instituto de la Libre Competencia y de la Propiedad

Intelectual –INDECOPI, de la Comisión de Protección del Consumidor y del Comité de Competencia Desleal del INDECOPI, miembro del Directorio de la Fundación Backus, de Gramill Comercial y de Depósitos de Lima, entre otros cargos.

La doctora Schwalb ha contribuido con el sector público como miembro del Comité Técnico del Ministerio de Salud, del Comité Técnico del Ministerio de Trabajo, del Comité Consultivo del Ministerio de Agricultura, entre otros.

Además, ha sido directora de la Sociedad de Beneficencia Pública de Lima y consultora en temas de responsabilidad social y sostenibilidad para empresas privadas, universidades, ONGs y organismos internacionales como el BID, PNUD-Panamá, Save the Children-Suecia, World Resources Institute-USA, CESVI y GTZ, entre otras.

Sus áreas de investigación son marketing responsable, consumo ético, consumo político, corrupción y soborno, sostenibilidad, responsabilidad social corporativa, responsabilidad social universitaria, marketing y alimentación saludable, entre otros temas.

Roberto Escobar

Módulo: Gestión Estratégica de Costos y Presupuestos

Maestría en Dirección de Empresas por la Universidad de Piura y con posgrado en la Escuela de Administración para Graduados por la Universidad de Esan. Licenciado en Administración de Empresas y Contabilidad por la Universidad del Pacífico. Es socio de WER Consultores Financieros SAC. Cuenta con más de 25 años de experiencia en empresas industriales, pesqueras de extracción, transformación, agrícolas y acuícolas dentro de las cuales 20 años corresponden a experiencia ejecutiva y gerencial. Es experto en desarrollo de proyectos empresariales; reestructuración administrativa y financiera; administración en la reorganización de empresas (fusiones, escisiones); planeamiento tributario; costos estratégicos e implementación de sistemas integrales de información (ERP's). Amplia experiencia en formación y conducción de áreas organizacionales, así como de competencias comprobadas para la dirección, coaching y empowerment de equipos de trabajo para el éxito en el diseño e implementación de proyectos de gestión y/o mejora empresarial. Cuenta con sólidos contactos con sociedades de auditoría, asesoría tributaria, empresas de sistemas y tecnologías de información, telecomunicaciones e instituciones financieras

Martín Hernani

Módulo: Investigación en Marketing I

Profesor asociado del Departamento Académico de Marketing y Negocios Internacionales y miembro del Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico. Doctor en Administración de Empresas con mención en Marketing por la Universidad de São Paulo (Brasil), con maestría en Administración de Empresas con mención en Marketing por la Escuela de Administración de la Universidad Federal de Río Grande del Sur (Brasil). Bachiller y licenciado en Ciencias con mención en Administración de Empresas por la Universidad de Piura. Posee artículos científicos en congresos y revistas indexadas.