



Pacífico
Escuela de Gestión
Pública

Programa de Especialización en

Liderazgo y Gestión de la Comunicación





Pacífico
Escuela de Gestión
Pública

“

El programa tiene por objetivo concebir y posicionar la comunicación como una herramienta para el logro de los objetivos institucionales”.

Santiago Mariani

Coordinador del programa. Docente de pregrado y posgrado en la Universidad del Pacífico. Asesor y capacitador en temas de estrategia, incidencia pública y comunicación política.





Pacífico
Escuela de Gestión
Pública

La gestión de la comunicación en el cumplimiento de los objetivos



La comunicación como actor central en el proceso de planificación estratégica

El contexto de acelerada transformación en la comunicación que estamos atravesando impone nuevos desafíos y cambios de paradigmas. La gestión de una Dirección de Comunicación precisa de un ejercicio de liderazgo que posibilite ubicarla como un actor central en el proceso de planificación estratégica y toma de decisiones que tiene lugar en la alta dirección de cualquier organización.

La gestión de la comunicación implica el doble desafío de desarrollar y posicionar mensajes en públicos específicos, pero también un despliegue de persuasión dentro de la organización sobre la pertinencia que reviste como herramienta para el logro de los objetivos estratégicos. Ello supone fortalecer la capacidad de ejercer liderazgo para enfrentar los desafíos adaptativos que el entorno presenta para la gestión de la comunicación.

El Programa de Liderazgo y Gestión de la Comunicación, desarrollado por la Escuela de Gestión Pública de la Universidad del Pacífico, surge para responder adecuadamente a la creciente demanda de una gestión de comunicación concebida como instrumento estratégico para el cumplimiento de los objetivos institucionales de una entidad pública o una organización del sector privado.

ESCUELA DE GESTIÓN PÚBLICA
Universidad del Pacífico

Un nuevo enfoque de la Escuela de Gestión Pública

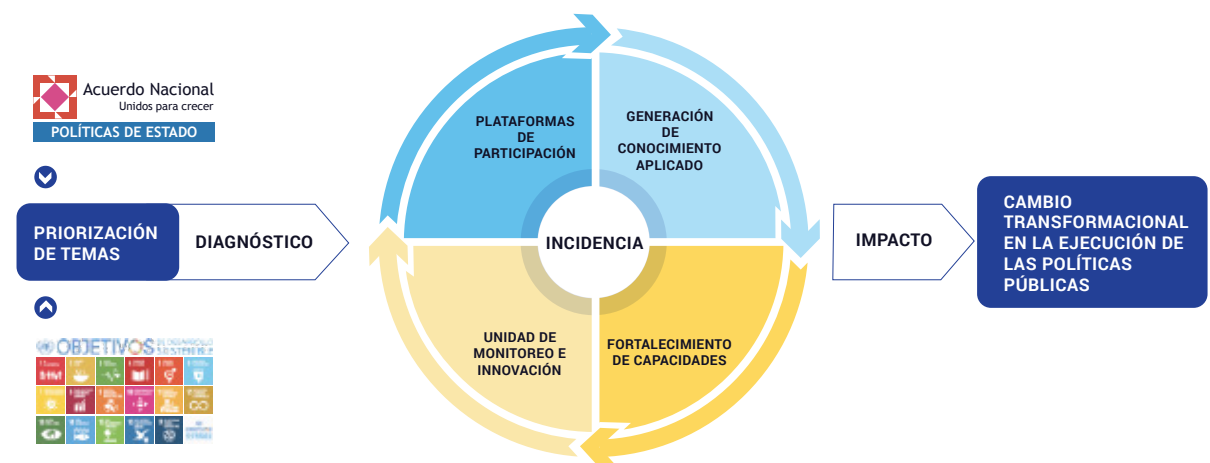


LA GESTIÓN PÚBLICA EVOLUCIONA AL CONCEPTO DE GOBERNANZA PÚBLICA



INCIDENCIA DE LA EGP EN LA GESTIÓN PÚBLICA

El nuevo contexto implica plantear un modelo de generación de incidencia por parte de la EGP como **agente de cambio**.



Objetivo de la Escuela de Gestión Pública:

Busca contribuir con **la mejora de la gestión pública** en nuestro país, mediante el **fortalecimiento de las instituciones públicas y privadas** vinculadas con el manejo de los recursos del Estado, a partir de: **la formación académica, el desarrollo de competencias, y de la conducta ética de los funcionarios** que participan en el diseño y la implementación de las políticas públicas; el asesoramiento de iniciativas de los agentes involucrados en la toma de decisiones públicas y el desarrollo de investigación y consultoría aplicada.

¿POR QUÉ ELEGIR LA ESCUELA DE GESTIÓN PÚBLICA DE LA UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO?



Porque la Universidad del Pacífico tiene más de 55 años liderando la educación superior.



Por la excelencia académica y la experiencia práctica de sus docentes en el sector público y privado.



Porque desde hace más de 15 años cuenta con más de mil alumnos en los programas y maestrías en temas públicos y privados.



Porque la Universidad del Pacífico forma a quienes lideran la economía del país.

Un espacio de formación especializado

Una propuesta integrada con un espacio de debate y de intercambio permanente

El programa se orienta a ejecutivos y funcionarios del ámbito público y privado con interés en la comprensión de la comunicación como herramienta para el cumplimiento de los objetivos de una organización.

NUESTRAS FORTALEZAS



Fortalecer las capacidades y habilidades en materia de gestión de la comunicación. Al responder y ejercer liderazgo frente a los desafíos adaptativos que el entorno presenta en materia de estrategias de comunicación política e institucional.



Diseñar y ejecutar estrategias de comunicación. Al persuadir y movilizar equipos de trabajo y organizaciones acerca del rol e importancia estratégica de la comunicación en el cumplimiento de los objetivos institucionales de entidades públicas y organizaciones del sector privado.



Desarrollar y posicionar mensajes para influir sobre públicos específicos y audiencias. Mediante el desarrollo de comunidades de seguidores a través de la gestión positiva de la comunicación.



Aprender de especialistas con sólida reputación. Una plana docente de renombre, que combina la experiencia académica con una trayectoria directiva en las más importantes instituciones públicas y privadas del país.



Interactuar en un entorno académico selecto: Networking. Un espacio donde tome contacto con otros profesionales en cargos decisorios, con quienes reforzará su capacidad de análisis y juicio crítico.



Programa Curricular*

MÓDULO I Habilidades Gerenciales

- Liderazgo Adaptativo
- Taller de Liderazgo Adaptativo
- Negociación

MÓDULO II Herramientas de Diseño, Planificación y Gestión

- Economía del Comportamiento
- Teoría del Cambio
- Marketing Digital y Redes Sociales
- Vocería Institucional
- Gestión de Crisis

MÓDULO III Herramientas para el Análisis y el Diagnóstico

- Técnicas de Investigación:
Aplicaciones Específicas para la
Comunicación
- Teoría de la Comunicación
- Medios de Comunicación y Redes
Sociales en el Perú
- Mitos y Narrativas
- El Storytelling como Herramienta
Estratégica
- Comunicación e Incidencia Pública

Conferencias Magistrales:

- La Gestión de la Comunicación:
La experiencia en IRTP
- Comunicación Pública: Contenido
para Movilizar Audiencias

*El material estará a disposición de los estudiantes en la plataforma tecnológica.

“La Escuela de Gestión Pública de la Universidad del Pacífico se reserva el derecho de reprogramar la malla y las fechas de dictado, incluyendo la frecuencia horaria, de acuerdo con su proceso de mejora académica continua o causa de fuerza mayor, lo que será comunicado oportunamente.”



CERTIFICACIÓN

Diploma en Liderazgo y Gestión de la Comunicación por la Escuela de Gestión Pública de la Universidad del Pacífico.

Un plan formativo con propósito

Nuestra malla curricular ha sido diseñada para brindar las herramientas y conocimientos necesarios para:

- Fortalecer las capacidades y habilidades que permitan responder a los desafíos adaptativos que el entorno presenta en materia de gestión de la comunicación.
- El diseño y ejecución de estrategias de comunicación orientadas al logro de los objetivos institucionales de entidades públicas y organizaciones del sector privado.
- El desarrollo de comunidades de seguidores a través de la gestión positiva de la comunicación.

MÓDULO I

HABILIDADES GERENCIALES

■ LIDERAZGO ADAPTATIVO

El curso de Liderazgo Adaptativo busca imprimir una nueva forma de mirar la realidad, poniendo atención en aquello que comúnmente no vemos. El curso entrega una oportunidad para la reflexión personal y profesional, para expandir la capacidad de ejercer liderazgo dado que, en el momento de intentar movilizar personas, en la gran mayoría de casos, la complejidad del desafío asociado requiere entender muy bien las dinámicas y el funcionamiento de los sistemas sociales, como países, ciudades, familias, empresas, partidos políticos, servicios públicos, e incluso uno mismo. Por lo tanto, este curso provee una oportunidad para explorar un poderoso enfoque de cómo ejercer liderazgo con un enfoque en la gestión de la comunicación.

■ TALLER DE LIDERAZGO ADAPTATIVO

A partir de casos que se abordan desde material audiovisual, los participantes analizan y discuten las resistencias que se presentan y las formas de supervivencia en el ejercicio de liderazgo.

■ NEGOCIACIÓN

El presente curso tiene como objetivo integrar la negociación, la estrategia y la comunicación para el ejercicio del liderazgo en entornos públicos complejos. Buenos resultados de negociación requieren un proceso de preparación adecuado, así como una visión sistémica que permita leer los eventos de manera acertada y negociar efectivamente ante situaciones de presión o de crisis. Pero al mismo tiempo, se requiere de un adecuado autoconocimiento y autocontrol para separar lo objetivo de lo subjetivo en que el líder analizar, decidir y actuar. Lo anterior permite que las acciones comunicacionales públicas sean empleadas durante una negociación prudentemente y con un criterio estratégico. Para aprender lo anterior, se desarrollarán sesiones prácticas y teóricas hiladas mediante el uso de un caso de roles simulado en R-manager.

MÓDULO II

HERRAMIENTAS DE DISEÑO, PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN

■ ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO

Comprender, predecir y cambiar el comportamiento humano es esencial para tener éxito en el mundo de las instituciones públicas y privadas. En este curso exploraremos los poderosos sesgos cognitivos y atajos intuitivos que gobiernan nuestras decisiones. Revisaremos evidencia científica reciente del mundo de la psicología, la economía y la neurociencia para comprender mejor algunas de las fuerzas que ejercen influencia sobre el comportamiento humano. Luego intentaremos aplicar esos hallazgos a las estrategias de las comunicaciones con el objetivo de convertirlos en comunicadores informados conductualmente.

■ TEORÍA DEL CAMBIO

El curso aborda la Teoría del Cambio y cómo aplicarla en la vida real para mejorar la eficiencia y la eficacia de los proyectos en una organización. Para ello se identifican técnicas para el diseño y construcción de metas e indicadores idóneos de acuerdo con la lógica de cada organización. Asimismo, se proponen y diseñan evaluaciones que permitirán medir el impacto de los proyectos.

La propuesta busca responder a las siguientes preguntas:

- ¿Cómo generar los cambios deseados a través de proyectos sociales?
- ¿Cómo diseñar adecuadamente una estrategia que sea accionable y orientada a resultados?
- ¿Cómo saber que estoy teniendo los resultados esperados?

■ MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

El curso desarrolla una introducción al mundo de los contenidos digitales y su relevancia. Mediante un abordaje en forma de palabras clave profundizamos en el uso de buscadores y redes sociales para evaluar los niveles de “reputación” de algunos personajes y “consistencia” de sus mensajes. El objetivo de este curso es aprender a dar coherencia y consistencia a nuestro mensaje en un mundo con nuevas reglas de comunicación.

■ VOCERÍA INSTITUCIONAL

En el taller se identifica cuál es el rol de un vocero, sus principales funciones y limitaciones. Se presentan y analizan casos reales de éxitos y fracasos de voceros en el Perú y el mundo. Asimismo, se trabaja en una metodología para abordar eficientemente a los medios de comunicación en diversas situaciones y se desarrollan destrezas para comunicar correctamente los mensajes ante diversas situaciones.

■ GESTIÓN DE CRISIS

Este curso abordará los riesgos que actualmente enfrentan las organizaciones y que, mal gestionados, pueden ocasionar una crisis reputacional. Se abordarán aquellos temas críticos que están activando las crisis, en especial, por la irrupción de las redes sociales; así como la conveniencia de mapear adecuadamente los riesgos reputacionales. El estudiante aprenderá a determinar si la empresa está frente a una crisis, cómo abordarla adecuadamente y, en general, conocerá los elementos que debe tener cualquier Plan de Comunicación en Crisis.

MÓDULO III

HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS Y EL DIAGNÓSTICO

■ TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN: APLICACIONES ESPECÍFICAS PARA LA COMUNICACIÓN

Es un curso de naturaleza teórico - práctica donde se identifican las principales fuentes de información demográfica y social que permiten facilitar las actividades de marketing y las campañas de comunicación con énfasis en las plataformas digitales. En el curso se identifican los insights del consumidor para una adecuada transmisión de mensajes basados en la investigación y segmentación. En este módulo identificamos, presentamos y explicamos los tipos de investigación y su utilidad, así como el diseño de estrategias e instrumentos de recolección de información como: cuestionarios, encuestas y grupos focales. En un segundo momento el enfoque se centrará en la interpretación de resultados, definición de principales hallazgos y el tratamiento de la información.

■ MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES EN EL PERÚ

En este curso se revisan las principales características del sistema mediático peruano y las particularidades de las audiencias. También se presenta una visión del impacto de las redes sociales y las nuevas plataformas digitales en los diversos públicos.

■ MITOS Y NARRATIVAS

El curso explorará la importancia de los mitos y las narrativas para conectar con diversos públicos desde el aterrizaje en diversos formatos. A partir de casos específicos se analizan ejemplos de intervenciones discursivas exitosas e intervenciones disfuncionales.

■ TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

En el curso-taller ahondaremos la evolución de la comunicación masiva, desde el ascenso del nazismo y las políticas/cambios implementados con Goëbels, la aguja hipodérmica y la concepción de la aldea global en perspectiva con lo propuesto por las distintas escuelas de comunicación (europea, estadounidense y latinoamericana). Asimismo, tocaremos algunos de los conceptos más utilizados en redes sociales y su -posible- influencia en las audiencias.

■ EL STORYTELING COMO HERRAMIENTA ESTRATÉGICA

La narrativa acompaña al hombre desde sus orígenes y aun cuando hemos evolucionado, no dejamos de asombrarnos de su potencial para sensibilizar, emocionar, persuadir, movilizar, comprometer nuestros pensamientos, acciones y sentimientos.

El verdadero líder debe ser capaz de escuchar activamente y construir un relato ad hoc a cada público con el que se relaciona, utilizando el medio y la forma adecuada para lograr el objetivo propuesto.

El storytelling es una estupenda herramienta para incorporar la narrativa a los negocios, a la política, a la cultura e incluso a la ciencia de manera de convertir el tema más complejo en un relato accesible, agradable y replicable.

■ COMUNICACIÓN E INCIDENCIA PÚBLICA

Este módulo de tres sesiones nos acercará a la comunicación como agente de cambio dentro de las sociedades. La incidencia pública requiere la elaboración de estrategia y establecimiento de alianzas, en las que la comunicación establece la ruta que debe ser recorrida para lograr el impacto deseado. Revisaremos conceptos como lo público y la acción colectiva y modelos como la teoría del cambio. Nos acercaremos a ejemplos de campañas y casos de incidencia.

CONFERENCIAS MAGISTRALES

- **LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN:
LA EXPERIENCIA EN IRTP**

Desde la experiencia al frente del Instituto de Radio y Televisión del Perú (IRTP) el presidente de su directorio brindará alcances y reflexiones sobre la gestión de un medio de comunicación público dentro de un ecosistema de medios de comunicación y social como el peruano.

- **COMUNICACIÓN PÚBLICA: CONTENIDO PARA
MOVILIZAR AUDIENCIAS**

El escenario de la comunicación y el marketing ha cambiado dramáticamente en los últimos 5 años. Los medios de comunicación masiva han ido perdiendo cada vez más relevancia como canales para movilizar a la opinión pública. Por otro lado, la promesa de que las redes sociales se convertirían en espacios igualitarios y dinamizadores de comunidades, que trascenderían lo digital para impactar positivamente al mundo real, ha colapsado frente a fenómenos como las fake news, que demuestran cómo los algoritmos, mal usados, pueden servir para manipular o reforzar prejuicios y sesgos.

Un cuerpo docente reconocido en la labor pública y privada

Desde su creación, una de las prioridades de la Escuela de Gestión Pública fue conformar un equipo docente de jerarquía. Un profesorado a la altura de los retos mayúsculos que implica la función del gobierno y la gerencia de empresas del sector privado.

Ese compromiso se refleja en la rigurosa composición de la plana docente: especialistas avalados tanto por sus credenciales académicas como por el liderazgo demostrado en la gestión de organizaciones del sector público y privado.

Son ellos quienes marcan el desarrollo profesional del estudiante y garantizan su idoneidad para resituar la administración pública y privada dentro del mapa de la productividad y la eficiencia.



ALEXANDRA AMES

Jefa del Observatorio de Políticas Públicas de la Escuela de Gestión Pública de la Universidad del Pacífico

Es miembro de la comunidad de Implementadores de Políticas Públicas de Harvard Kennedy School y ha sido parte de la Comisión 2050, responsable de construir la visión y una hoja de ruta del Perú para el 2050. Magíster en Ciencias Políticas por la Pontificia Universidad Católica del Perú con especialidad en Gestión Pública.



ELIANA CARLIN

Emprendedora Social, fundadora de la Asociación Civil “Heroínas Peruanas”

Docente de la Universidad del Pacífico, con nueve años de experiencia en el sector público. Politóloga (PUCP) y Master in Public Policy (Georgetown University), con especialidades en educación superior y administración de crisis.



SANTIAGO CARPIO

Ex Jefe de la Oficina General de Comunicaciones del Ministerio de Educación

Miembro del Comité de Ética de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión. Consultor, especialista en comunicación estratégica, habilidades socioemocionales y producción audiovisual. Docente PUCP, Centrum Católica. Doctor en Comunicaciones por la Universidad Autónoma de Barcelona.



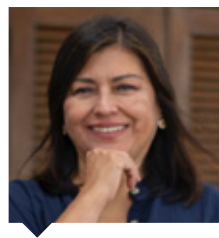
JOSEPH DAGER

Conferencista invitado

Presidente Ejecutivo del Instituto Nacional de Radio y Televisión

Ha sido Jefe Institucional del Archivo General de la Nación, miembro del Comité Regional del Programa Memoria del Mundo de la UNESCO (MOWLAC) y Secretario General de la Superintendencia Nacional de Educación Universitaria (SUNEDU). Doctor en Historia con amplia experiencia en gestión pública y cultural, así como docencia universitaria.

“La Escuela de Gestión Pública de la Universidad del Pacífico puede modificar la plana docente o programar clases fuera del horario habitual, por cuestiones de disponibilidad del docente, caso fortuito o fuerza mayor, garantizando que los cambios no afecten la calidad del programa. Toda modificación será comunicada a los participantes oportunamente.”



**IRIS
JAVE**

Conferencista invitada

Especialista en Comunicación Política

Ha desarrollado políticas de comunicación y derechos humanos en diversas instituciones del Estado, entre ellas el Ministerio de la Mujer y la Comisión de la Verdad y Reconciliación; así como gobiernos regionales y organismos de cooperación internacional. Docente de Comunicación Política en la PUCP. Magíster en Ciencia Política por la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP).



**RICARDO
MALDONADO**

Conferencista invitado

Ganador de más de 35 premios internacionales en festivales de creatividad

Director de cine publicitario, documentales y largometrajes, asesor de marketing, comunicaciones y científico conductual. Director de las dos películas más taquilleras en la historia del cine peruano: Asu Mare y Asu Mare 2. Cuenta con una Maestría en Ciencias del Comportamiento en London School Economics and Social Sciences.



**SANTIAGO
MARIANI**

Coordinador del programa. Docente de pregrado y posgrado en la Universidad del Pacífico. Asesor y capacitador en temas de estrategia, incidencia pública y comunicación política.

Desde el año 2012 es docente del Departamento de Ciencias Sociales y Políticas de la Universidad del Pacífico y desde el año 2020 es docente en liderazgo y comunicación política de los programas de posgrado de la Escuela de Gestión Pública. Es Máster en Acción Política y Participación Ciudadana en el Estado de Derecho en la Universidad Francisco de Vitoria (España).



**JULIO CÉSAR
NAVARRO**

Conferencista invitado

Ex Gerente de Prensa de TV Perú

Cuenta con más de 20 años de ejercicio profesional en entidades públicas y privadas, y 25 años de ejercicio periodístico en radio, televisión y virtuales. Fue responsable de la elaboración e implementación de planes de comunicación, nueva imagen y posicionamiento de marca en entidades públicas y privadas. Maestro en Gestión Pública de la Universidad San Martín de Porres.



**ORLANDO
PLAZA**

Conferencista invitado

Director de Comunicaciones para la Universidad del Pacífico

Profesional con más de 10 años de experiencia gerencial en empresas líderes de los sectores Banca Retail, Farmacéutica, Construcción y Educación, tanto en Perú como en España. Máster en Imagen, Publicidad e Identidad Corporativa por la EAE Business School de Madrid y un EMBA por ESADE Business School de Madrid Actualmente.



**ALFONSO
RAMIREZ**

Conferencista invitado

Socio Fundador de Productos Palmera

Especialista en Marketing Digital y Google Adwords. Profesional, con más de 20 años de experiencia con reconocidas marcas globales, start-ups y agencias de publicidad en Europa, Norte América y América Latina. Cuenta con un e-business MBA por el Instituto de Empresa de Madrid.



**ALEX
SALAS**

Especialista en Desarrollo Organizacional de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP

Es Docente de diversas maestrías en la Universidad del Pacífico y Asesor de Organizaciones en temas de Estrategia, Desarrollo Directivo, Innovación y Gestión del Cambio. Es CEO de R-Manager, una Ed-Tech especializada en el desarrollo de escenarios de simulación para el desarrollo de habilidades directivas. MBA de la Universidad Adolfo Ibáñez de Chile.



**JOSÉ
SALAZAR**

Docente de Postgrado en las Universidades: Pacífico, ESAN y UPC

Periodista y comunicador con más de 25 años de experiencia gerencial en Asuntos Públicos, Comunicación Corporativa, Responsabilidad Social y Gestión de Crisis. Fue asesor de dos ministros de Educación, Gerente de Comunicaciones de DEVIDA y Jefe de Prensa en el Banco Central de Reserva del Perú. Tiene una Maestría en Comunicaciones otorgada por la Universidad de Missouri, Estados Unidos.

"La Escuela de Gestión Pública de la Universidad del Pacífico puede modificar la plana docente o programar clases fuera del horario habitual, por cuestiones de disponibilidad del docente, caso fortuito o fuerza mayor, garantizando que los cambios no afecten la calidad del programa. Toda modificación será comunicada a los participantes oportunamente."

"La Escuela de Gestión Pública de la Universidad del Pacífico puede modificar la plana docente o programar clases fuera del horario habitual, por cuestiones de disponibilidad del docente, caso fortuito o fuerza mayor, garantizando que los cambios no afecten la calidad del programa. Toda modificación será comunicada a los participantes oportunamente."



**MIGUEL
UGAZ
GAVIÑO**

Conferencista invitado

Consultor en Marketing y Comunicaciones para organizaciones públicas y privadas.

Comunicador con especialización en marketing y estrategias de negocios. Desde hace más de 18 años ha trabajado en diversas ramas de la comunicación. Fue Gerente de Comunicaciones de la Universidad del Pacífico. En 2016 fundó MU, Marketing & Content Lab, la agencia de marketing de contenidos pionera del país.



**VERÓNICA
VARGAS**

Docente de Liderazgo en la Universidad del Pacífico y Miembro de Lidera UP

Consultora en procesos de transformación cultural de organizaciones y facilitadora de programas de desarrollo de liderazgo para equipos globales, principalmente Latinoamericanos. Consultora asociada a CLA Consulting. Máster en Población y Desarrollo por London School of Economics and Political Science, UK.



**JORGE
VALENZUELA**

Supervisor en la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU)

Ha sido Director de la Escuela de Ciencia Política de la Universidad Antonio Ruiz de Montoya y Consultor para el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en temas de anticorrupción. Magíster en Estudios Latinoamericanos con especialización en Ecología Política del Desarrollo por la Universidad de Indiana (USA).



"La Escuela de Gestión Pública de la Universidad del Pacífico puede modificar la plana docente o programar clases fuera del horario habitual, por cuestiones de disponibilidad del docente, caso fortuito o fuerza mayor, garantizando que los cambios no afecten la calidad del programa. Toda modificación será comunicada a los participantes oportunamente."



**INFORMACIÓN
CLAVE** ↘

DURACIÓN

5

MESES APROXIMADAMENTE

INICIO

Martes 28 de febrero de 2023

FRECUENCIA

MARTES Y JUEVES

6:30 p. m. a

9:30 p. m.*

De manera excepcional tendrán clases los días: miércoles 8 y viernes 24 de marzo, y miércoles 28 de junio, así como también los días jueves 27 de abril, martes 2 y jueves 4 de mayo de: 7:00 a. m. a 10:00 a. m

CIERRE DE INSCRIPCIONES

Viernes 24 de febrero
de 2023

BIENVENIDA E INDUCCIÓN

Martes 28 de febrero
6:00 p.m.

MODALIDAD

Remota

INVERSIÓN

S/ 7,500.00

OPCIÓN DE FINANCIAMIENTO DIRECTO.

REQUISITOS:**

Grado académico de Bachiller.
Experiencia profesional mayor
de dos años.



"Una vez efectuado el pago de la matrícula, no se podrá solicitar la devolución por este concepto. El dictado de clases del programa académico se iniciará siempre que se alcance el número mínimo de alumnos matriculados establecido por la Escuela de Gestión Pública de la Universidad del Pacífico".

***Cabe mencionar que, para el cómputo del número de años de experiencia laboral requerido, no se considerarán las prácticas preprofesionales ni las prácticas profesionales realizadas.*



Informes

Jr. Sánchez Cerro 2141
Jesús María, Lima
+ 511 219-0100 / +511 219-0158

Nuestra Asesora

Rosa Medina
C: 961 200 078
ry.medinaf@up.edu.pe



Pacífico
Escuela de Gestión
Pública



www.egp.up.edu.pe