

INCLUYE PROGRAMA DE MODALIDAD DE GRADUACIÓN

MAESTRÍA EN:

**MARKETING
DIGITAL
Y BUSINESS
INTELLIGENCE**

- » **SERVICIO DE CALIDAD**
- » **EXPERIENCIA SATISFACTORIA**
- » **MEJORA CONTINUA**



ISO
21001:2018
Sistema de
Gestión

Presentación y Bienvenida

La Universidad Tecnológica Privada de Santa Cruz, fue fundada el 9 de septiembre de 1994, en la pujante y dinámica ciudad de Santa Cruz de la Sierra, capital del Departamento de Santa Cruz – Bolivia.

Con 31 años de creación, hoy es reconocida y referenciada por su excelencia académica, investigación, emprendimiento, innovación tecnológica e impacto en el bienestar de la comunidad.

Nuestra Dirección de Postgrado, con más de 20 años de experiencia, se especializa en la formación continua de profesionales. Nuestro objetivo es fortalecer las competencias en áreas claves para impulsar tu crecimiento.

Filosofía de Postgrado

MISIÓN

“Somos una universidad que forma profesionales y personas íntegras, competentes, emprendedores e innovadores, que genera conocimiento y soluciones a través de la investigación y la aplicación de tecnología para contribuir al desarrollo sostenible de su entorno y la comunidad global”

VISIÓN

“Ser una universidad referente y reconocida a nivel nacional e internacional por su excelencia académica, investigación, emprendimiento, innovación tecnológica e impacto en el bienestar de la comunidad”

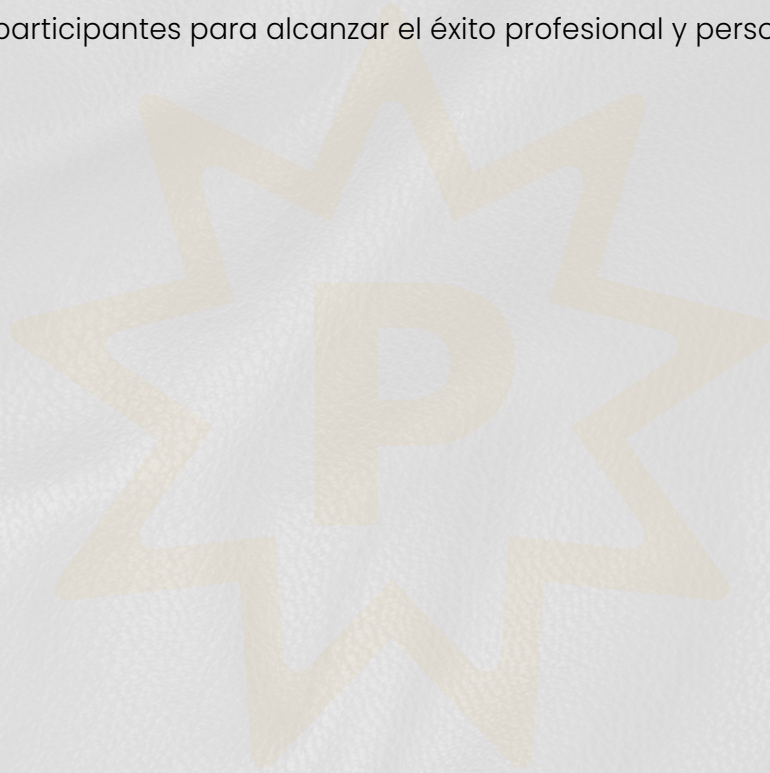
POLÍTICA DE CALIDAD

Alineados a nuestra razón de ser y enfocados hacia dónde queremos llegar, se implementa el Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) para la Dirección de Postgrado según los requisitos de la Norma ISO 21001:2018 comprometiéndonos a:

- a)** Brindar programas de Maestría y Diplomado a través de un servicio de calidad, generando una experiencia satisfactoria en los estudiantes, docentes y otras partes interesadas cumpliendo con sus requisitos y expectativas.
- b)** Mejorar continuamente el desempeño de los procesos y la calidad de los servicios académicos y administrativos, considerando los desarrollos educativos, científicos, técnicos y tecnológicos pertinentes.
- c)** Satisfacer y cumplir las directrices de responsabilidad social establecidos por la UTEPSA, integrándolos en los diferentes procesos del SGC.
- d)** Gestionar la propiedad intelectual resultante de los procesos de enseñanza aprendizaje e investigación.
- e)** Cumplir los requisitos legales y reglamentarios vigentes aplicables a nuestra institución, así como los requisitos del Sistema de Gestión de la Calidad.

Presentación del Programa

El objetivo del programa es formar a los profesionales para liderar el futuro del mercado, capacita a los estudiantes para dirigir y gestionar empresas con éxito, utilizando el marketing digital y el análisis de datos para optimizar recursos y desarrollar modelos de negocio innovadores, con una metodología práctica y un enfoque internacional, formando a los participantes para alcanzar el éxito profesional y personal.



Ventajas de la Maestría

PROGRAMA DE GRADUACIÓN

Dentro de la Maestría se ofrece una metodología que garantiza de forma eficiente la titulación del estudiante a través de su coordinador de programa y equipos de Docentes Tutores.

TITULACIÓN INTERMEDIA Y 4 TÍTULOS RECIBIDOS

Gracias al diseño del programa, se puede obtener un curso de formación continua, dos títulos intermedios de Diplomado y uno general de la Maestría.

- Magister en Marketing Digital y Business Intelligence
- Diplomado en Big Data
- Diplomado en Marketing Digital
- Curso de Personal Branding

ENFOQUE INTERNACIONAL

Las maestrías en sí, tienen el objetivo a nivel curricular de darles a los estudiantes una visión global e internacional; a través, de sus contenidos, docentes y metodologías. Por otro lado, tiene Clases Espejo y Master Class con docentes internacionales.

Aún más, el Postgrado Utepsa tiene Programas y Alianzas con diferentes universidades para el beneficio de todos sus estudiantes, de tal forma que les permita beneficiarse de cursos y expertos de una semana de duración, realizando estancias físicas en alguno de estos países para que puedan recibir una capacitación específica en temas empresariales, visita a empresas, puertos y universidades.



FORMACIÓN EN LIDERAZGO

Utepsa Postgrado, a través de su Programa de Liderazgo y Transformación Integral desarrolla múltiples actividades con el fin de mejorar y fortalecer las competencias de Liderazgo de sus estudiantes. Durante el año se lleva a cabo un marketing de contenidos en sus diferentes redes; por otro lado, se realizan conferencias, webinarios, conversatorios, foros y encuentros con líderes destacados del ámbito regional, nacional e internacional quienes comparten sus diversas experiencias en beneficio de nuestros estudiantes.



CENTRO DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO



Los estudiantes del Postgrado de Utepsa, pueden beneficiarse de todas las actividades que desarrolla este Centro, como ser: conferencias con expertos mundiales en esta temática, mentorías, encuentro con emprendedores, contacto con financiadores, participación en ferias nacionales e internacionales, entre otros.



COWORK UTEPSA

Es un espacio de innovación abierta destinado a facilitar la interacción, colaboración y cocreación entre la comunidad universitaria y el ecosistema conformado por las empresas, instituciones y la sociedad. Efecto de la innovación abierta, RIA Ventures se incorpora como aliado clave en el Cowork, a la red de colaboradores fomentando el desarrollo de emprendimientos e innovación de impacto. Los pilares sobre los que se fundamenta el CoWork son: Innovación abierta de impacto, Sostenibilidad, Inclusión y Tecnología. El objetivo del Cowork de UTEPSA Promover la innovación abierta de impacto mediante la interacción, de la comunidad universitaria con empresas instituciones y sociedad, facilitando la colaboración de la red y el ecosistema emprendedor.

CoWork

 UTEPSA en alianza con  RIA VENTURES



CENTRO DE FORMACIÓN CONTINUA

Todos los estudiantes de Postgrado gozan de descuentos especiales para complementar su formación del conjunto de talleres, cursos y expertos que se desarrollan durante toda la gestión, gracias a la formación complementaria que ofrece su Centro de Formación Continua, el que tiene alianzas con diferentes universidades y empresas con certificaciones internacionales.



CENTRO DE IDIOMAS

A través del Centro de Idiomas de Utepsa, los estudiantes pueden beneficiarse de descuentos especiales para cursar los programas de inglés, portugués y Chino Mandarín. Asimismo, al ser un centro autorizado del CELPEBRAS y TOEFL, los estudiantes pueden acceder a estos servicios.



REDES DE APOYO

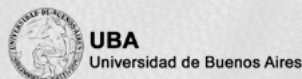
Somos parte de varias redes internacionales que nos permiten fortalecer nuestros vínculos académicos.



CONCEJO DE RECTORES POR LA INTEGRACIÓN DE LA SUGREGIÓN CENTRO OESTE DE SUDAMÉRICA



Y de muchas universidades del mundo que nos permite intercambiar docentes multidisciplinares con una amplia experiencia y visión internacional.



RECONOCIMIENTOS



Dirigido a

Profesionales con licenciatura en áreas como Marketing, Administración, Comunicación, Publicidad, Economía, Ingeniería Industrial o Tecnología, así como a aquellos con experiencia en negocios digitales o análisis de datos. Se espera que los aspirantes cuenten con conocimientos básicos en estrategias de marketing, digitalización, redes sociales, comercio electrónico y análisis de datos mediante herramientas como Excel o Google Analytics.

Resultados del Programa

El Máster en Marketing digital y Business Intelligence, es un profesional con las competencias necesarias para realizar el desempeño en análisis y gestión de datos, creación y desarrollo de modelos analíticos y metodologías ágiles que faciliten el procesamiento de información en las empresas para su dirección, gestión estratégica y funcional de una organización para un nuevo negocio, entendiendo apropiadamente la dinámica del mercado y de su entorno con ayuda de herramientas digitales.

Plan de Estudios

DIPLOMADO EN BIG DATA

MÓDULO	ASIGNATURA	CONTENIDO MÍNIMO
1	Introducción al big data, tecnología e innovación	Tecnologías disruptivas, Origen y desafíos del Big-Data, La cuatro V's del Big-Data, Infraestructura del Big-Data, Estrategias del Big-Data, Business Intelligence.
2	Análisis de datos	Introducción a R, Vectores, Visualización, Funciones, Introducción a Phyton for Analytics, Numpy, Pandas, Funciones, Visualización, Desarrollo de Caso - Proyecto.
3	Estadística aplicada	Tipos de variables, Estadística descriptiva (con R y Python), Estadística inferencial (con R y Python), Desarrollo de Caso - Proyecto.
4	Explotación de datos	Text Mining (Python), Extracción de información, Procesamiento de lenguaje natural, Análisis y visualización, Desarrollo de Caso - Proyecto.
5	Machine y deep learning	Machine Learning - casos aplicados, Análisis exploratorio de datos, Tratamiento de valores perdidos y outliers, Balanceo de datos, Aprendizaje supervisado, Aprendizaje no supervisado, Deep Learning, Desarrollo de Caso - Proyecto.
6	Inteligencia de negocios	Inteligencia de Negocios con Power BI, Introducción a la inteligencia de negocios, Obtención de datos, Creación de Informes, Visualización, Power Query, Modelado, Funciones DAX, Cálculos, Despliegue, Desarrollo de Caso - Proyecto.
7	Proyectos de big data y tecnología en la nube	Conceptos de gestión de rendimiento, estrategia e inteligencia empresarial competitiva en el mundo Big Data, Identificación y captura de valor basado en datos, Pasos hacia la implementación de un proyecto de Big Data, Arquitecturas Big Data: Batch Data, Fast Data, Data Governance y Data Security aplicado a Big Data, Big Data Benchmarking, Aplicación de conceptos de Big Data Analytics y aplicaciones estadísticas a diversos aspectos de la toma de decisiones gerenciales, Caso práctico aplicado en tecnología Cloud, Desarrollo de Caso - Proyecto.

DIPLOMADO MARKETING DIGITAL

MÓDULO	ASIGNATURA	CONTENIDO MÍNIMO
1	Ecosistema Digital	Evolución del consumidor, Evolución del internet 1.0, 2.0, 3.0 y el futuro, Oportunidades para negocios, marcas y personas.
2	Marketing 4.0	El marketing y su potencial de cambio: de la innovación al servicio, Evolución del marketing 1.0 al 4.0, Inteligencia de mercados: negocios y competencia.
3	Roadmap y ejecución de estrategia digital	La estrategia digital: componentes y alcances, Benchmarking digital: oportunidades del entorno, Gestión de un proyecto digital: de la estrategia a la implementación, Definición de indicadores para la operación del modelo digital.
4	eCommerce omnicanal	Gestión de eCommerce, Retos de la Omnicanalidad, Incorporación del eCommerce y canales de distribución alternativos en las operaciones.
5	Paid, owned & earned	Ecosistema de herramientas de publicidad digital, Pagado vs. Orgánico, SEO y SEM.
6	Social media marketing	Facebook Business Manager y tipos de ads, Segmentación, intereses y audiencia, Píxeles de conversión y medición de campañas.

7	Search engine marketing	Introducción a Google AdWords, Segmentación, Medición de resultados y conversión.
8	Automatización de procesos de marketing	Introducción al marketing automation, Estrategia de marketing automation, Casos de uso para la automatización del marketing.
9	Big data management	Herramientas para la generación y análisis de datos, Interpretación de datos para la generación de modelos publicitarios.
10	Machine learning y Google prediction con inteligencia artificial	Data mining, Social mining.

Sistema de evaluación

El docente planifica e implementa actividades de evaluación continua acorde a los resultados de aprendizaje (conocimiento, habilidades, actitudes y valores) que se requieren alcanzar.

Las ponderaciones de la evaluación sumativa cumplen las orientaciones de los reglamentos internos de la Universidad y del Reglamento General de Universidades Privadas vigente, siendo la calificación mínima de aprobación 71 puntos sobre 100.

De acuerdo con los métodos de evaluación planificados por el docente, las ponderaciones asignadas pueden calificarse dentro de la siguiente escala de ponderación, debiendo ser la sumatoria final 100 puntos.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	ESCALA DE PONDERACIÓN
Evaluación formativa (Actividades participativas dentro y fuera de los encuentros, casos, prácticas, evaluaciones individuales, otros)	30 a 70%
Evaluación sumativa (Proyecto final)	30 a 70%
TOTAL	100%

Estrategias metodológicas de aprendizaje

ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

Las estrategias de aprendizaje serán elegidas por los docentes en función a los resultados de aprendizaje esperados en cada módulo. Dentro del desarrollo del programa académico se consideran las siguientes metodologías:

- **Método de Análisis y Solución de Casos**, que permite guiar a los estudiantes hacia la construcción de su propio aprendizaje, poniendo en práctica los conocimientos, habilidades, actitudes y valores adquiridos para analizar, diagnosticar y proponer soluciones en diferentes ámbitos.
- **Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)**, con enfoque en problemas reales con actividades que aborden problemas auténticos y desafiantes del entorno y que involucren a la comunidad con visión de servicio.
- **Aprendizaje Colaborativo**, con actividades que permitan a los estudiantes trabajar juntos, debatir ideas y compartir diferentes perspectivas para llegar a soluciones.
- **Actividades de investigación**, que requieran que los estudiantes investiguen y recopilen información por sí mismos de diferentes fuentes.
- **Desarrollo de proyectos**, que requieran una propuesta de proyectos, desafíos o propuestas emprendedoras basadas en oportunidades identificadas en el entorno.

Plantel Docente

ROGER LINO VALVERDE

Ingeniero Comercial, Máster en Educación Superior, Máster en Dirección Comercial y Marketing por el Instituto de Empresa – España. Doctor en Ciencias de la Administración. Diez años de experiencia como Consultor y Asesor en Desarrollo Empresarial y Comercial para PyMes en organizaciones nacionales e internacionales. Catorce años de experiencia gerencial en el Sector de la Educación Superior. Experto e investigador en Marketing, Emprendimiento y Liderazgo.

PEDRO CESAR SAAVEDRA ROMERO

Licenciatura en Ingeniería Comercial (UAGRM). Magíster en Dirección de Marketing (Business School). Diplomado en Educación Superior (UTEPSA). Administración de Aulas Virtuales y Ecosistemas Digitales (UTEPSA). VISAL SRL: Ejecutivo Comercial FARMACORP SA: Encargado de Logística, Jefe de Servicios, Jefe de FarmaMovil, Jefe de Productos e Innovación, Gerente de Productos y Precios. YANBAL BOLIVIA SA: Director Junior y Senior de Ventas. Consultor Independiente en Mkthink.edu: Dirección Estratégica y Marketing para empresas como Blanco y Negro, Cormesa, Adapicruz, entre otras. Docente en pregrado en materias del área empresarial (Utepsa). Docente el Postgrado en materias como Marketing Estratégico, Investigación de Mercados y Negociación (Utepsa).

ÁLVARO CORTEZ QUIROGA

Ingeniero Financiero (UAGRM), Magister en Marketing en la Universidad NUR y Diplomado en Educación Superior (UTEPSA). Como amplia experiencia laboral con Category Manager en Farmacias Corporativas FARMACORP SA, como Jefe de Marketing en Grupo Unión, y actualmente como Jefe Nacional de Ventas del Grupo Unión Agronegocios. Experto en Marketing Estratégico, Ecosistemas Digitales. Docente en Postgrado en el área empresarial y marketing (Utepsa).

JAIME RAMÍREZ GORENA

Ingeniero Financiero en Universidad NUR, Ingeniero en Sistemas en Universidad NUR, Maestría en Administración de Empresas (Escuela Europea de Negocios), con Diplomado en Educación Superior (NUR) y Diplomado en Business Intelligence Gerencial (NUR). Como experiencia Laboral en Telecel – Tigo como Indirect Sales Financial Analyst y Financial Analyst BI y actualmente como Gerente de Sistemas y TI en Industrias Venado. Experto en Data Analytics, Big Data, Power BI. Docente en Pre y Postgrado en Universidad NUR. Docente en Postgrado en UTEPSA.

ERICK VALVERDE OLIVA

Ingeniería en Sistemas: Universidad Católica. Diplomado en Educación Superior: Udabol. Experto en Gestión de Proyectos – UDI. Diplomado en liderazgo – UDI. Maestría en Business Administration MBA. Líder estratégico con una visión de negocio enfocada en la generación de valor a través de la tecnología. Con más de 20 años de experiencia, ha implementado múltiples soluciones digitales en diversas industrias, demostrando una fuerte orientación a resultados, adaptación a los cambios y habilidades en la resolución de conflictos. Experiencia como Director de Tecnología en varias empresas, incluyendo Vaka SA, Yaigo Delivery y Grupo GEO. En estos roles, ha liderado la implementación de plataformas web y móviles, sistemas de inteligencia de negocio y ERP, así como la expansión de negocios a nivel internacional. Además de su experiencia profesional, cuenta con una sólida formación académica, incluyendo un MBA de la Escuela Europea de Negocios y diversas certificaciones en liderazgo, gestión de proyectos y metodologías ágiles. Docente en Postgrado en UTEPSA.

ARACELY MÉNDEZ CARREÑO

Ingeniera Financiera. Máster en Administración de Empresas. Especialidad en Educación Superior. Experiencia de 10 años en el sector empresarial y educación superior. Actualmente Jefe de Carrera de Ingeniería Financiera y Coordinadora Académica de Postgrado. Docente universitaria en pre y postgrado UTEPSA

CLAUDIA OROZA LOPEZ

Licenciada en Comunicación Social, Postgrado en Dirección y Gestión Educativa, en Tecnología Educativa, en Educación Superior; y Magister en Dirección en Educación Superior. Responsable de Comunicación del Colegio Internacional La Sierra. Docente de pregrado y postgrado. Tutor y Tribunal de Trabajo Final de Grado en Educación Superior y Comunicación.

JAVIER GIL ANTELO

Administrador de Empresas, Magister en Finanzas y Dirección de Empresas, Magister en Big Data, Diplomado en Investigación Doctoral. Sólida Experiencia en las áreas de Dirección, Finanzas, Logística, Procesos de Negocio, Control de Gestión y Analítica de Datos, Data Mining, Analytics. Director Ejecutivo de GSI Bolivia (Unidad de Negocio de CAINCO). Ex Rector del Politécnico UPSA – CAINCO. Diecisiete años de Experiencia en Educación Superior en el área financiera y big data.

CARLOS FRANCISCO SANTANDER CASTAÑEDA

Magister en Comunicación Corporativa (Univ. Fermín Toro). Con Doctorado en Gerencia Avanzada, y Postgrados en Marketing estratégico, Diplomado en Componente docente y Diplomado en Trainer Practitioner en Neurolingüística. Experiencia en el ámbito empresarial en gerencia, comunicación y desarrollo. Docente Universitario en universidades: Fermín Toro, Universidad Cristiana de Bolivia, UAGRM Postgrado. Experto en liderazgo, Gerencia Avanzada e Investigación.

IRALA LIMÓN ABRAHÁN

Maestría en Finanzas Corporativas de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno (UAGRM), donde obtuvo la distinción de mejor tesis y fue incorporado como DTFG. Educación Superior de la misma universidad. Business Intelligence de la Universidad Privada de Bolivia (UPB). Profesional altamente capacitado, con una sólida formación académica. Su trayectoria académica refleja un compromiso con la excelencia y un enfoque multidisciplinario que abarca tanto las finanzas como la gestión educativa. Experto en Planificación y Proyectos en la industria financiera, y docente en Postgrado de la Universidad Católica de Bolivia UCB, UTEPSA y UAGRM Business School.

COORDINADOR DEL PROGRAMA

PEDRO CESAR SAAVEDRA ROMERO

Licenciatura en Ingeniería Comercial (UAGRM). Magíster en Dirección de Marketing (Business School). Diplomado en Educación Superior (UTEPSA). Administración de Aulas Virtuales y Ecosistemas Digitales (UTEPSA). VISAL SRL: Ejecutivo Comercial FARMACORP SA: Encargado de Logística, Jefe de Servicios, Jefe de FarmaMovil, Jefe de Productos e Innovación, Gerente de Productos y Precios. YANBAL BOLIVIA SA: Director Junior y Senior de Ventas. Consultor Independiente en Mkthink.edu: Dirección Estratégica y Marketing para empresas como Blanco y Negro, Cormesa, Adapicruz, entre otras. UTEPSA: Como responsable del Observatorio de Mercados Económicos y Opinión, y como Jefe de Carrera en Marketing y Publicidad y Coordinador de programas de Postgrado. Docente en pregrado en materias del área empresarial (Utepsa). Docente el Postgrado en materias como Marketing Estratégico, Investigación de Mercados y Negociación (Utepsa). Tutor y Tribunal en Proyectos de Grado en Pregrado y Postgrado en diferentes instituciones en la región.



Modalidad, Duración, Horarios y Asistencias

Modalidad:

- Semipresencial.

Duración:

- 14 meses (12 meses de clases y 2 meses de desarrollo de la Tesis Final).

Días y Horarios sincrónicos:

- Lunes y miércoles de 19:00 a 22:00.

Para graduarse satisfactoriamente del programa, es necesario:

- Asistencia del 75% a los encuentros programados de cada módulo (si el programa fuera virtual, la asistencia debe ser de mínimamente el 85% con cámara encendida).
- Aprobación de los casos finales o proyectos de cada módulo.
- Desarrollo y aprobación de la Tesis de Grado.

Inversión, Beneficios Económicos y Modalidades de Pago

Inversión del Programa:

Bs. 24.900.-

(No incluye costos de Defensa de Grado)

Descuentos:

Pago al contado del **25%**.

Plan 20% graduado de Utepsa y otros descuentos según convenio.

Plan 50% graduado de excelencia de Utepsa.

Formas de Pago:

Plan de pago de 11 cuotas mensuales

BANCO NACIONAL DE BOLIVIA - BNB

Número de Cuenta:

2000092358 M/N

Para pagos internacionales contamos con el servicio de una empresa especializada para cobros internacionales.

Financiamiento:

Contamos con el Financiamiento de FUNDAPRO y del Banco Económico.

Requisitos de Inscripción

REQUISITOS PARA ESTUDIANTES NACIONALES:

- 2 Certificados de nacimiento original.
- 2 Fotocopias del carnet de identidad.
- 2 Fotocopias legalizadas del Título en Provisión Nacional.
- 2 Fotocopias legalizadas del Título Académico.
- 6 fotografías (3x4) en fondo rojo.

REQUISITOS PARA ESTUDIANTES EXTRANJEROS:

- Certificado de nacimiento apostillado.
- Fotocopias legalizadas del diploma académico/título profesional deberán contar también con la Apostilla o, la legalización correspondiente por el Ministerio de Relaciones Exteriores del país de origen y del Estado Plurinacional de Bolivia.

Contactos



69200358



marketing.postgrado@utepsa.edu



www.utepsa.edu



UTEPSA

POSTGRADO

*“Formamos líderes integrales
para transformar positivamente
una sociedad más consciente
y sostenible”*

Av. Noel Kempff Mercado N°715
3er. Anillo Interno entre Av. Busch y Av. San Martín
Santa Cruz - Bolivia