

CURSO CORTO EDEX

Finanzas para Marketing



ELIGE DECIDE EMPIEZA

 **Inicio:** Lunes
30 de Marzo

 **Frecuencia:**
Semanal

 **Horario:**
19:00 - 22:30

 **Modalidad:**
Clases en tiempo
real

¿Qué es un EdEx?

Son cursos diseñados para, en corto tiempo, fortalecer tus conocimientos en aspectos vitales de toda gestión empresarial.

Ventajas



Siete semanas de aprendizaje intensivo en frecuencia semanal, con clases dictadas una vez por semana.



Diversidad temática con cinco áreas de especialización e inicios durante todo el transcurso del año.



Seguimiento de clases y envío de material académico a través de la plataforma de aprendizaje Canvas.



Asistencia personalizada y acompañamiento académico constante a lo largo de todo el programa.



Las clases son impartidas en tiempo real en la plataforma ZOOM, lo cual te permitirá intervenir y absolver dudas.



Opción de Certificación Progresiva para convalidar una Diplomatura de Estudios, de acuerdo a tu avance académico.



Descripción del Programa

Este curso de naturaleza teórico-práctico tiene como finalidad brindar a los participantes una sólida base en conceptos financieros clave y su aplicación en el ámbito del marketing y las ventas. Se cubrirán temas como la interpretación de estados financieros, análisis de razones financieras, gestión basada en el valor, proyecciones financieras y presupuestación. Los estudiantes aprenderán a vincular sus iniciativas de marketing y ventas con los objetivos financieros generales de la empresa.

Objetivo

Aplicar las herramientas financieras adecuadas para la toma de las diferentes decisiones en el ámbito del marketing y las ventas.

Dirigido a

Profesionales de marketing y ventas con responsabilidades en la planificación, ejecución y evaluación de campañas y estrategias, gerentes de producto, gerentes de marca y directores de marketing que buscan mejorar su comprensión de los aspectos financieros de sus decisiones, emprendedores y propietarios de pequeñas empresas que desean fortalecer sus habilidades financieras para respaldar el crecimiento de sus negocios.

Ruta de Aprendizaje

SESIÓN 1 y 2

Lunes 30 de marzo

Gestión financiera efectiva desde una perspectiva de marketing

- Análisis del ROI (Return on Investment) y ROAS (Return on Ad Spend) en campañas multicanal.
- Asignación presupuestal basada en el Margen de Contribución y punto de equilibrio.
- Uso del presupuesto base cero (Zero-based budgeting) en decisiones de marketing.

SESIÓN 3 y 4

Lunes 06 de abril

Comprensión de los desafíos y objetivos de las funciones financieras y de marketing

- Contraste entre la visión de corto plazo (CAC, MRR) y largo plazo (LTV, Retención) en ambas funciones.
- Integración de KPIs compartidos: rentabilidad por segmento, % de ingresos atribuibles a marketing.
- Tensión entre gasto e inversión: cómo justificar con indicadores financieros decisiones de marketing.

SESIÓN 5 y 6

Lunes 13 de abril

Análisis de documentos financieros clave: estado de resultados, balance general y flujo de efectivo

- Impacto del gasto en marketing sobre el EBITDA y márgenes operativos.
- Relación entre activos intangibles (marca) y valor económico agregado (EVA).
- Flujo de caja descontado (DCF) y marketing: cómo evaluar el impacto a futuro de campañas actuales.

SESIÓN 7 y 8

Lunes 20 de abril

Limitaciones y oportunidades en la colaboración entre marketing y finanzas

- Subestimación del valor de marca en los estados financieros: Brand Equity vs. activos contables.
- Riesgos del "performance marketing" sin visión estratégica de valor de cliente.
- Integración de modelos financieros y dashboards de marketing para toma de decisiones conjunta.

SESIÓN 9 y 10

Lunes 27 de
abril

Evaluación del impacto financiero de las decisiones de marketing

- Cálculo del CAC (Costo de Adquisición de Cliente) vs. LTV (Valor de Vida del Cliente) y su ratio.
- Indicadores de eficiencia de canales: CPA (Costo por Adquisición), CPM, CTR, Conversion Rate.
- Evaluación de campañas mediante NPV (Valor Actual Neto) y Payback Period.

SESIÓN 11 y 12

Lunes 04 de
mayo

Desarrollo de estrategias para una relación colaborativa entre marketing y finanzas

- Implementación de OKR y KPIs financieros compartidos entre ambas áreas.
- Visualización integrada de indicadores en BI tools: dashboards de marketing financiero.
- Creación de modelos predictivos de demanda y rentabilidad por segmentos.

SESIÓN 13

Lunes 11 de
mayo

DemoDay Final

- Exposición Trabajo Aplicativo Final

Centrum PUCP podrá efectuar cambios en la malla, de acuerdo a su política de mejora continua. La inauguración del programa se realizará siempre y cuando se alcance el quórum establecido por la Escuela. Centrum PUCP se reserva el derecho de postergar los inicios de los cursos y programas. Iniciadas las clases, la participación es personal e intransferible.

Docentes del Programa

Juan O ´ Brien Cáceres

El profesor OBrien es DBA(c) Doctor of Business Administration, Maastricht School of Management, Países Bajos, Ph.D. (c) en Administración Estratégica de Empresas, Pontificia Universidad Católica del Perú, Master of Philosophy y Master of Business Administration in General and Strategic Management de la Maastricht School of Management, Países Bajos, Magíster en Administración Estratégica de Empresas, Pontificia Universidad Católica del Perú, Economista, Universidad de Lima, Perú, Strategie Financiere en la Université Laval, Québec-Canadá. Colloquium on Participant Centered Learning (Programa CPCL), Harvard Business School, Estados Unidos.

Cuenta con amplia experiencia en banca, inversiones, trader internacional, evaluación de proyectos, financiamiento de proyectos, valuación de empresas y activos; venture capital, administración de valor y consultoría en planeamiento estratégico. Director de empresas del sector construcción, servicios, energía y comercio. En relación con su labor docente amplia experiencia en los cursos de finanzas corporativas, ingeniería financiera y mercado de capitales, gestión de valor, herramientas cuantitativas de marketing y planeamiento estratégico.

Actualmente es Director de Administración y Finanzas, y Profesor del Área Académica de Finanzas, Economía Empresarial y Contabilidad de CENTRUM PUCP Business School.



Inicio:

Lunes 30 de Marzo



Frecuencia:

Semanal



Duración:

07 semanas



Modalidad:

Clases en tiempo real



Horario:

19:00 - 22:30



Inversión soles:

S/ 1900

Información y descuentos

✉ executive.centrum@pucp.edu.pe



EXECUTIVE
EDUCATION
2025 RANKING

N°1
EN PERÚ

N°6
EN LATAM

N°29
EN EL MUNDO



unicon

CONSORTIUM FOR UNIVERSITY-BASED
EXECUTIVE EDUCATION

Centrum PUCP, miembro de UNICON,
entre las Top 100 referentes en
Educación Ejecutiva a nivel mundial.

CUATRO ACREDITACIONES GLOBALES



DE EXCELENCIA ACADÉMICA



5 PALMES OF
EXCELLENCE

eduniversal
2017 Best Business Schools Ranking