

TEMARIO

La presentación de los temas a continuación están delineados en un formato de curso de 9 meses. El contenido está repartido en 8 módulos más 6 clases que conforman el Taller de Proyectos.

CONTENIDOS MÍNIMOS

Módulo 1: De la idea a la acción

¿Qué es una idea? ¿Cómo convierto esa idea en un proyecto? ¿Cómo lograr mis objetivos? La importancia de la focalización y de la planificación para el inicio de un proyecto comercial.

Técnicas de pensamiento creativo. La importancia del capital humano. Autoconocimiento, motivación y compromiso como integrante de equipos efectivos; la ventaja competitiva a través de las personas. Actividades que permiten detectar el rol natural que ocupamos en un equipo. Mejorar la gestión del tiempo. Coaching personal: Como expresar lo que siento y pienso. Gestión de las emociones.

Módulo 2: Mercado y estrategia

Consumidor, mercado. Prosumidor. Segmentación y público objetivo, diferenciación y posicionamiento. Valor para el cliente. Cambios en los contextos de negocios. Lo analógico, lo virtual y lo digital. Cultura digital. La era de la colaboración. Tendencias y comportamientos del usuario online. Comportamientos del usuario en Social Media.

Módulo 3: Construcción y Gestión de Marcas

Introducción al mundo de las marcas. ¿Qué es una Marca? Valor Capital Marca. Conciencia. Imagen y funciones de la Marca. Bloques constructores de Marca. Construcción de la Identidad y propuesta de Valor. Personalidad. Asociaciones de Marca. Posicionamiento competitivo.

Módulo 4: Investigación de mercado e Inteligencia comercial

Brief y propuesta de investigación. Utilidad de la investigación de mercado y la inteligencia comercial. Análisis del consumidor en el mundo digital. Big data. Fuentes, herramientas & aplicación. Entrevista, Encuesta, Observación. Métricas y análisis.

Módulo 5: Marketing para productos

Mix comercial para productos: 4 P's. ¿Qué es un producto? Clasificación. Packaging. Lanzamiento nuevos productos. Estrategias del ciclo de vida de producto, extensión de línea. Fijación de Precios. Estrategia de canal. Comunicación y Venta de producto. Impacto de internet y los negocios online en el mix comercial.

Módulo 6: Marketing para servicios

Mix comercial de servicios: 7 P's. Evidencia Física, Procesos. Características de los servicios. Proceso de desarrollo del Servicio. Momento de la Verdad. Diferenciación en el Servicio. RRHH en Servicios. El Rol del vendedor. Impacto de internet y los negocios online en servicio.

Módulo 7: Comunicaciones integradas de marketing

¿Qué decir, cómo y dónde? Mensaje. Medios. Herramientas: Publicidad, Promoción, Marketing directo, RRPP (Gacetilla). Creatividad y Storytelling. Identidad visual digital. Conceptos básicos introductorios del marketing y el entorno digital. El entorno de las redes sociales y las comunidades online: penetración y alcance.

Módulo 8: El proyecto en números

Entender las bases para la cuantificación de un Proyecto comercial. Planificación y aprendizaje en la práctica. Herramientas para estimar la demanda, cuantificar los objetivos y analizar los resultados. Análisis de viabilidad de negocio. Análisis de proyecto a 3 años vista.

Taller de Proyectos

Es un espacio generado ad-hoc, de acompañamiento a los alumnos, en el desarrollo de la aplicación práctica, para plasmar las ideas y lograr la aplicación del armado de un Proyecto comercial. Son clases de avance para lograr el objetivo final de la Diplomatura: Poder presentar la idea de proyecto comercial/profesional/personal en el contexto de un Plan de Marketing.

CRONOGRAMA DE CLASES

N° Clase	Nombre del Módulo	Horas
1	1. De la idea a la acción	3,5
2	1. De la idea a la acción	3,5
3	1. De la idea a la acción	3,5
4	1. De la idea a la acción	3,5
5	1. De la idea a la acción	3,5
6	2. Mercado y estrategia	3,5
7	2. Mercado y estrategia	3,5
8	2. Mercado y estrategia	3,5
9	2. Mercado y estrategia	3,5
10	Taller de proyectos	3,5
11	3. Gestión de marcas	3,5
12	3. Gestión de marcas	3,5
13	3. Gestión de marcas	3,5
14	Taller de proyectos	3,5
15	4. Investigación de mercado e inteligencia comercial	3,5
16	4. Investigación de mercado e inteligencia comercial	3,5
17	4. Investigación de mercado e inteligencia comercial	3,5
18	Taller de proyectos	3,5
19	5. Marketing para productos	3,5
20	5. Marketing para productos	3,5
21	5. Marketing para productos	3,5
22	5. Marketing para productos	3,5
23	6. Marketing para servicios	3,5
24	6. Marketing para servicios	3,5
25	6. Marketing para servicios	3,5
26	Taller de proyectos	3,5
27	7. Comunicaciones integradas de marketing	3,5
28	7. Comunicaciones integradas de marketing	3,5
29	7. Comunicaciones integradas de marketing	3,5
30	7. Comunicaciones integradas de marketing	3,5
31	Taller de proyectos	3,5
32	8. El proyecto en números	3,5
33	8. El proyecto en números	3,5
34	8. El proyecto en números	3,5
35	Taller de proyectos final	3,5
	Total Horas	124