

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 4 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? Mejorar la gestión del tiempo. Coaching. Marketing personal. Planificación y objetivos.

Módulo 2: Mercado y estrategia

Consumidor, mercado. Prosumidor. Segmentación, diferenciación y posicionamiento. Valor para el cliente.

Módulo 3: Investigación de mercado e Inteligencia comercial

Brief y propuesta de investigación. Utilidad de la investigación de mercado y la inteligencia comercial. Fuentes, herramientas & aplicación. Entrevista, Encuesta, Observación. Métricas y análisis.

Módulo 4: Construcción y Gestión de marcas

Branding. Identidad. Personalidad. Valores. Diferenciación. Propuesta de Valor. Posicionamiento. Producto, Servicio, Marca Corporativa.

Módulo 5: Marketing para productos

Mix comercial para productos. ¿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.

Módulo 6: Marketing para servicios

Mix comercial de servicios. 7 p. 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.

Módulo 7: Comunicaciones integradas de marketing

¿Qué decir, cómo y dónde? Mensaje. Medios. Herramientas: Publicidad, Promoción, Marketing directo, RRPP (Gacetilla). Como hacer un Brief Publicitario. Creatividad y Storytelling. Identidad visual Digital.

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.

Taller de Proyectos:

Es un espacio generados de acompañamiento a los alumnos 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. Investigación de mercado e inteligencia comercial	3,5
12	3. Investigación de mercado e inteligencia comercial	3,5
13	3. Investigación de mercado e inteligencia comercial	3,5
14	3. Investigación de mercado e inteligencia comercial	3,5
15	4. Gestión de marcas	3,5
16	4. Gestión de marcas	3,5
17	4. Gestión de marcas	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	8. El proyecto en números	3,5
32	8. El proyecto en números	3,5
33	8. El proyecto en números	3,5
34	Taller de proyectos final	3,5
Total Horas		119