

DIPLOMATURA EN MARKETING INTEGRAL





DIPLOMATURA EN MARKETING INTEGRAL

Presentación

La Diplomatura en Marketing Integral es una formación específica que propone un recorrido por los aspectos fundamentales del marketing. Integra el pensamiento estratégico inicial para crear o hacer crecer cualquier tipo de negocio como así también las herramientas necesarias básicas para poner en práctica un proyecto comercial.

En cada uno de los encuentros se plantea un eje teórico central que se contrasta con ejemplos reales y accesibles que permiten un entendimiento de lo que dicen los libros y lo que sucede en la vida de cualquier emprendedor, profesional, ejecutivo o dueño de empresa. Se trata de un programa completo que permite a los participantes dar forma a sus ideas, organizarlas y ponerlas en práctica de una manera más simple y clara.

Les brinda la posibilidad de lograr implementar en forma grupal, la idea o proyecto que quieran desarrollar, en un contexto de Plan de Marketing, dentro de la Diplomatura en un espacio llamado "Taller de Proyectos", que acompañará al alumno a plasmar los conocimientos teóricos que vayan adquiriendo a lo largo del proceso, y pueda finalizar con el armado, análisis de viabilidad y presentación de su proyecto.

Objetivos

- Que el participante adquiera los conocimientos fundamentales para poder transformar una idea en un proyecto de negocio real.
- Lograr que los asistentes conformen una mirada integral y cohesionada del proceso de intercambio entre la empresa y el cliente.
- Comprender la importancia de entender al cliente actual y potencial para planear y aplicar la estrategia comercial.
- Promover una capacidad crítica de análisis y observación para la toma de decisiones.
- Proveer a los participantes de herramientas necesarias, prácticas y accesibles para aplicar a los negocios en los cuales se encuentren involucrados.
- Capacitar a los asistentes para el análisis y control de procesos comerciales en los cuales les toque participar, supervisar o mejorar.
- Proveer a los asistentes de herramientas cuantitativas para el análisis de un proyecto comercial y su factibilidad a 3 años vista.

Destinatarios

Dirigido a:

- Personas interesadas en obtener herramientas para proyectar o bien potenciar un negocio, emprendimiento y/o su persona.
- Profesionales de disciplinas diversas que deseen adquirir conocimientos en relación con las actividades comerciales y el mundo de los negocios.
- Emprendedores, Gerentes de producto o servicio, Ejecutivos de cuenta.
- Personas que tengan a su cargo la responsabilidad de manejar o formar parte de áreas comerciales, venta y comunicación.

*No se requieren conocimientos previos de Marketing.

Datos del Curso

Esta diplomatura tiene una duración de 9 meses. 34 encuentros presenciales de 3,5 hs a dictarse 1 vez por semana. Total: 124hs.

Metodología de trabajo

Este curso plantea la dinámica de un contexto de aprendizaje, donde el rol docente es ser el nexo entre la información y los alumnos, promoviendo un espacio de intercambio de ideas, debate y retroalimentación de experiencias entre los asistentes. Una de las premisas es poder abordar análisis de casos reales para aprender de los mismos y mejorar las estrategias, para la aplicación de las mismas en proyectos personales o de empresa. Uso de presentaciones en PPT y material gráfico y audiovisual en el aula.

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 el espacio de acompañamiento que conforma 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. Tendencias y comportamientos del usuario online. Comportamientos del usuario en Social Media.

Módulo 3: Construcción y Gestión de marcas

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

Módulo 4: 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 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. Impacto de internet y los negocios online en el mix comercial.

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. 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 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.

Procedimientos de evaluación y Acreditación - Certificación:

Los criterios y metodología de evaluación se basarán en prestar atención en la participación y feedback en clase de los alumnos. Se considerará también la realización de los ejercicios propuestos en clase (análisis de casos y aplicación de la teoría en la práctica) o bien a través del campus virtual.

Como trabajo final de la Diplomatura los alumnos deberán presentar un Proyecto Final, de forma escrita y oral, el cual se apoyará y llevará adelante a través de las Clases denominadas bajo el nombre "Taller de Proyectos".

El desarrollo y presentación del Proyecto Final, y el 80% de asistencia habilitarán al alumno a solicitar la certificación de la diplomatura.

Docentes

Andrea P. Del Grecco, Daniel Salmoiraghi, Eliana García, Gustavo González, Sabrina García y Marianela Lavate

Coordinación

*Andrea P. Del Grecco
Llc. en Comercialización*

Si te interesa esta propuesta u otras del espacio, podés escribirnos a:

marketing@sceu.frba.utn.edu.ar