

DIPLOMATURA DE ESPECIALIZACIÓN EN MAKETING

SUMILLA

I CICLO

INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE MERCADOS

1. Aplicación de la investigación de mercado en la estrategia de marketing.
2. Fundamentos y tipos de investigación de mercado.
3. Investigación cualitativa.
4. Investigación cuantitativa.
5. Principales estudios.

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

1. Taller de Introducción a la Diplomatura de Especialización en Marketing
2. Introducción al comportamiento del consumidor.
3. Motivación, actitud y personalidad, percepción.
4. Aprendizaje y participación, la familia, ciclo de vida familiar.
5. Grupos de referencia y clase social.
6. Proceso de compra.

GESTIÓN DEL PRODUCTO

1. El rol del gestor de productos.
2. Producto y modelos de análisis de productos.
3. Planeamiento y desarrollo de nuevos productos.
4. Ruptura de posicionamiento y nueva categoría de productos.
5. Marca: construcción, desarrollo y personalidad.

GESTIÓN DEL PRECIO

1. La gestión de precios.
2. Comprensión de las decisiones de compra de los consumidores.
3. Costos y análisis financiero.
4. Estrategia de fijación de precios.
5. Estrategias de precios de las empresas.

II CICLO

GESTIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN

1. Naturaleza de los canales de distribución.
2. Evolución del comercio y toma de decisiones.
3. Diseño del canal.
4. Ambiente interno del canal.
5. Evaluación de factores para el intercambio.

GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

1. El pensamiento estratégico en la gestión.
2. El proceso creativo en campañas.
3. Naturaleza y mezcla promoción
4. Endomarketing.

FINANZAS PARA EL MARKETING

1. El plan de marketing con el rol financiero y de tesorería.
2. Plan de marketing bajo visión financiera.
3. Modelación financiera básica para marketing.
4. Visión de unidad de negocio para el marketero, y valor de la integración.

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING

1. Planeamiento estratégico de marketing.
2. La segmentación y el posicionamiento.
3. Estrategias de crecimiento y estrategias competitivas.
4. Marketing relacional y atención al cliente.

TÓPICOS EN MARKETING

1. Marketing de servicios.
2. El plan de marketing de servicios.
3. Marketing emocional y marketing holístico.
4. Marketing industrial.
5. Retail marketing.

III CICLO

TALLER DE METODOLOGIAS ÁGILES

1. Design Thinking.
2. SCRUM.
3. Machine Learning.
4. Cloud.
5. Big Data.

MARKETING B2B

1. Introducción al marketing b2b.
2. El mercado empresarial.
3. Estrategia de marketing b2b.
4. Mix de marketing b2b 1: producto y gestión de canales.
5. Mix de marketing b2b 2: estrategia de precios y oferta de valor.
6. Gestión de clientes empresariales.

MARKETING DIGITAL

1. Introducción al marketing digital.
2. E-Commerce.
3. Plan de marketing digital
4. Marketing de buscadores
5. Plan de medios digitales
6. Analítica digital

ELABORACIÓN Y EJECUCIÓN DEL PLAN DE MARKETING

1. Análisis estratégico.
2. Desarrollo de un plan de marketing.

SIMULACIÓN EN MARKETING

1. Introducción.
2. El equipo Markstrat.
3. La investigación de mercados.
4. Planeación de marketing.
5. La estrategia de desarrollo.
6. Asignación de recursos.
7. Planeamiento de marketing.