

Curso de Posgrado

DIPLOMADO

EN

BUSINESS MARKETING

- AÑO 2021 -

INTRODUCCIÓN

El programa está diseñado para brindar a los participantes las últimas tendencias en marketing.

Desde una visión sistémica, permite incorporar nuevas herramientas, para enfrentar los desafíos de mercados con alta incertidumbre.

OBJETIVOS

- Crear una RED CONCEPTUAL SÓLIDA que permita implementar las decisiones estratégicas y tácticas de Marketing, incorporando las últimas tendencias.
- Entrenar para diseñar PLANES DE MARKETING APLICADOS Y APLICABLES a la realidad cotidiana de las organizaciones de los participantes, independientemente del tamaño de la organización.
- Brindar las herramientas pertinentes aplicadas en marketing digital y marketing tradicional.
- Incorporar las últimas tendencias del marketing para diseñar estrategias de comunicación a medida del cliente.

DIRIGIDO A

- Gerentes generales, para obtener una lectura estratégica del área comercial o de marketing.
- Gerentes del área, o vinculados con el área comercial.

- Profesionales del area comercial o de marketing, o relacionados con disciplinas afines.
- Emprendedores que estén centrados en ganar participación de mercado, a través de nuevas técnicas para la creación y re- creación de clientes.

PROGRAMA

Marketing Fundamentals.

El marketing estratégico y la visión enfocada. Medición de mercados. El proceso de segmentación. Posicionamiento: tipos y errores. Marketing mix. Medición del Ciclo de vida del Producto. Los canales de Distribución. La impulsión en el marketing mix como ventaja competitiva.

Nueva tendencia: el Marketing Simbólico.

Técnicas para detectar las unidades representacionales optimas y la demanda simbólica del cliente. Un nuevo proceso de segmentación aplicando la teoría del espejo-Demanda simbólica aplicada a la construcción de estrategias y material de comunicación. Las leyes de la Gestalt aplicadas al marketing. El marketing Estratégico: estudio desde del plano simbólico. Marketing interno, externo y proactivo. Estudio de casos

Marketing Estratégico

Dirección Estratégica. Mentales Modelos. Dinámica de la estrategia. El posicionamiento competitivo: La ventaja competitiva vs. las habilidades esenciales.

Las estrategias genéricas y el modelo Delta. La Visión enfocada. Impulsores y Drivers de Posicionamiento. Nuevos

pilares del marketing estratégico: el concepto de producto inteligente y la transvección. La matriz del Corredor y su impacto en la lógica estratégica. La matriz de Moari y la construcción de la cultura organizacional. Estudio de casos

Comunicaciones Integradas de Marketing

Comunicaciones Integradas. Herramientas. Publicidad, Prensa, CRM, Eventos. Marketing social, PNT, Comunicación Interna. Construcción de la Imagen Institucional. Identidad Visual y Corporativa. Mapa de Públicos. Mediciones de Audiencia. Panorama actual del Marketing en Internet. Social Media Marketing. Web Analytics. Métricas de Marketing on line. Web 3.0.

Adwords: implementación y lectura estratégica de resultados. Casos.

El marketing interno y el clima organizacional

La Formación del equipo. Del grupo de trabajo al equipo de trabajo eficiente: Herramientas de gestión de personas (selección, contención, desarrollo y administración eficaz de la salida). Gestión del conflicto en pequeños grupos: Herramientas para canalizar eficazmente el conflicto dentro del grupo de trabajo (cómo negociar, conciliar y proyectar con el grupo cercano de trabajo). Estructurando la comunicación desde la escucha activa. Liderando al equipo: Desafíos del líder hoy. Ideas para gestionar las emociones del grupo. Como pasar de la emoción a la acción conducente.

Marketing Plan, Auditoria y Redes Conceptuales.

Estructura. Herramientas para diseñar y/o optimizar las estrategias a través de una nueva metodología: redes

conceptuales. Auditorias de planes a través de redes conceptuales.

Casos de aplicación

PROFESIONALES A CARGO

DIRECTOR ACADÉMICO

CLAUDIA ALTIERI.

Lic. En Administración UBA. MBA Universitat de Lleida España. Doctorando Facultad de Ciencias Económicas. UBA. Doctorando Universidad de Jaén. España.

- Miembro del Comité de Expertos de CONEAU - Comisión Nacional de Evaluación Universitaria Carreras de posgrado y maestrías evaluadas
 - Posgrado en Marketing. Universidad de San Andrés
 - Maestría en Administración mención en Dirección Estratégica Universidad de Belgrano
 - Maestría en Administración mención en Marketing. Universidad de Belgrano
 - Maestría en Administración mención en Recursos Humanos. Univ. Belgrano
 - Maestría en Administración mención en Finanzas. Universidad de Belgrano
 - Maestría en Administración especialización Rec. Humanos. Universidad Nacional de Tucumán
 - Maestría en Administración. Universidad de Rosario
- Presidente de la Comisión de Estudios sobre MarketIng. Consejo Profesional de Ciencias Económicas.
- Directora Académica de ADEN sede Buenos Aires con presencia en España, Costa Rica, Colombia, Ecuador, Perú, Guatemala, Panamá y USA.
- Directora de MBA mención MARKETING. Escuela de Posgrados en Negocios. Universidad de Belgrano.
- Directora de MBA mención MARKETING. IDEA. Instituto para el desarrollo empresarial de la Argentina.
- Miembro del CONSEJO ACADÉMICO de la Asociación Argentina de Marketing.
- Miembro del Comité de Nominaciones del CENADMIN. Federación de Consejos Profesionales de Argentina.
- Vicepresidente de la COMISION DE ENSEÑANZA DE LAS CIENCIAS ECONOMICAS. Consejo Profesional de Ciencias Económicas.
- Directora PROGRAMA DE MENTORES- Facultad de Ciencias Económicas Universidad de Buenos Aires.
- Ganadora del Premio a la Excelencia en AMDIA. 2005.

- Evaluadora de los premios MERCURIO de la Asociación Argentina de Marketing -2006 a la actualidad.
- Evaluadora de los premios de AMBA. Asociación Marketing Bancario.
- Integrante del Comité Académico de Honor de AMDIA. Asociación Marketing Directo.
- CÁTEDRA DE COMERCIALIZACIÓN. Profesora Regular. Facultad de Ciencias Económicas Universidad de Buenos Aires.
- Coordinadora de Tesis de la Maestría en Marketing de la Universidad de San Andrés
- Directora del Centro de Desarrollo Gerencial en Convenio con Universidad de San Andrés.
- Fundadora de ISEC. (Instituto Sudamericano para la Comunicación).
- Integrante del Comité Académico del Grupo ECCO – Estrategia, caos y competitividad. Facultad de Ciencias Económicas –
- Directora del CENTRO DE INVESTIGACION APLICADA EN MARKETING de IDEA - Instituto para el desarrollo empresarial de la Argentina-
- Desarrolló Consultoría y/o Capacitación en más de 140 empresas: : BAYER. AAPRESID. ACINDAR. DIARIO LA NACION. DROGUERIA DEL SUD. ROEMMERS. TELECOM. VOLKSWAGEN. EDENOR. DURLOCK. DROGUERIA SUIZO ARGENTINA. ACODIKE. AGCO. ALBA CIA DE SEGUROS. ALICO CIA DE SEGUROS. ALTA PATAGONIA S.A. ANTEL. ANTICIPAR A.F.J.P. ARCOR. ARGENCARD. BANCO NACION. BANCO PICHINCHA (QUITO). BAYER. BELLAMAR ESTANCIAS S.A. BENETTON (ROU). BOLSA DE COMERCIO DE BUENOS AIRES. CAMARA ARG. AUTOMOTOR. CAMARA ARGENTINA DE FARMACIAS. CAMEC (ROU). CASETA. CIDEF. CLÍNICA DEL SOL ARENALES. CLÍNICA DEL SOL CNEL DIAZ. FUNDACION FAVALORO. COOPERATIVA ELECTRICA DE ZARATE. PEPSICO. NOVARTIS SANIDAD ANIMAL. PHARMA NOVARTIS. EDENOR. EMEGE. ENERGAS. FIAT. HOTEL CEASER PARK. HOTEL FOUR SEASONS. GRANDES PINTURERIAS DEL CENTRO. LOS GROBO. LOMA NEGRA. HIPODROMO ARGENTINO DE PALERMO. PRODUCTOS FAMILIA (12 líneas de productos) EMPRESA COLOMBIANA. TECNOQUIMICAS (COLOMBIA), OCA. OSDE. PIRELLI. QUICKFOOD. PETROBRAS (COLOMBIA). REPSOL-YPF-.VIRULANA. SIDERAR. SANCOR. LA SERENISIMA. NOSOTRAS, entre otras empresas.

CONSIDERACIONES GENERALES:

INICIO:

DURACIÓN:

64 horas

ENTREVISTA INICIAL

Los aspirantes a cursar este Curso de Posgrado tendrán una entrevista Inicial con el Directora Académico/a del Programa.

CERTIFICADOS

El Departamento de Estudios de Posgrado y Educación Continua de la Universidad de Belgrano, extenderá el respectivo Certificado, a quienes aprueben las evaluaciones y cumplan con la asistencia mínima requerida. En el certificado aparecerá que Ud. Aprobó el Curso de Posgrado en Diploma en Business Marketing.

El Diploma para los profesionales universitarios indicará "Curso de Posgrado en Business Marketing", mientras que los que no poseen título universitario de grado dirá "Curso de Actualización Profesional en "Diploma en Business Marketing ".