

**DIPLOMADO EN  
BUSINESS  
MARKETING**

## **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 área 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**

### **MODULO 1: 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.

## **MODULO 2: 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

## **MODULO 3: 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

## **MODULO 4: 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.

## **MODULO 5: 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.

## **MODULO 6: 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

## **COORDINADORA ACADÉMICA**

### **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.

***Los módulos podrán ser dictados por todos o algunos de los docentes mencionados en forma indistinta. La Universidad se reserva el derecho de realizar cambios en el cuerpo docente que considere pertinentes.***

## **CONSIDERACIONES GENERALES**

### **INICIO**

20 de Mayo de 2021

### **FINALIZACION**

14 de Octubre de 2021

### **DURACION**

El curso completo tiene una duración de 64 horas reloj, desarrolladas de acuerdo a la siguiente modalidad:

- encuentros semanales de 3 h. cada uno
- **CLASES ON LINE Y EN VIVO**

### **DÍAS Y HORARIOS DE CURSADA**

Jueves de 19 a 21 h.

***Los participantes del Diplomado en Business Marketing podrán acceder SIN CARGO a las entrevistas y exposiciones de destacados empresarios en temáticas sobre la materia que lleve a cabo La Comisión de Marketing del Consejo Profesional de Ciencias Económicas.***

### **CERTIFICACIÓN**

La Universidad de Belgrano, extenderá el respectivo Certificado, a quienes aprueben las evaluaciones y cumplan con la asistencia mínima requerida. A aquellos alumnos que posean título de grado se les otorgará certificado de aprobación de la Diplomatura; a aquellos alumnos que no cumplan con dicho requisito se les entregará certificado de aprobación de Curso de Actualización Profesional.

***Todos nuestros programas deberán contar con un cupo mínimo de alumnos matriculados para su apertura. En caso de no reunir el número indicado al cierre de inscripción, la Universidad se reserva el derecho de posponer o suspender el inicio de la actividad***