

EDUCACIÓN CONTINUA
CICLO 2019

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 un mercado globalizado.

OBJETIVOS

- Crear una RED CONCEPTUAL SÓLIDA que permita discernir las decisiones estratégicas y tácticas de Marketing, más adecuadas a cada situación.
- Entrenar para diseñar PLANES DE MARKETING APLICADOS Y APLICABLES a la realidad cotidiana de las organizaciones de los participantes.
- Brindar las herramientas pertinentes aplicadas en marketing digital y marketing tradicional.
- Cada unidad del programa se analizará para ser aplicada en MARKETING DE CONSUMO MASIVO, en MARKETING INDUSTRIAL y en MARKETING DE SERVICIOS.

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.
- Profesionales 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 óptimas 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 el plano simbólico. Marketing interno, externo y proactivo.

✓ **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.

✓ **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 2.0 y modelos de negocios.

✓ **El marketing interno y el clima organizacional**

La Formación del equipo. Del grupo de trabajo al equipo eficiente. Herramientas. Dinámicas del trabajo en equipo y el clima organizacional. Comunicación asertiva y su impacto en el posicionamiento organizacional. Organización del tiempo. Desarrollo de habilidades. Estrategias de seleccionar, retención, motivación y evaluación en equipos de alta performance.

✓ **Marketing Plan y Auditoria**

Estructura. Herramientas para diseñar y/o optimizar las estrategias propias del marketing estratégico y táctico-operativo. La lógica y metodología para realizar auditorías de planes de marketing a través de redes conceptuales
Estudio de casos exitosos

DIRECTORA ACADÉMICA

CLAUDIA ALTIERI

Lic. En Administración UBA. MBA Universitat de Lleida España. Doctorado 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
- Directora de MBA mención MARKETING. Escuela de Posgrado en Negocios. Universidad de Belgrano 2006 a la actualidad.
- Directora de MBA mención Marketing. IDEA. Instituto para el desarrollo empresarial de la Argentina. 1999 -2002
- Directora CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN MARKETING. Escuela de Posgrado en Negocios. Universidad de Belgrano. 2006 a la actualidad
- Vicepresidente de la COMISION DE ENSEÑANZA DE LAS CIENCIAS ECONOMICAS. Consejo Profesional de Ciencias Económicas. 2001/2005
- Directora PROGRAMA DE MENTORES- Facultad de Ciencias Económicas Universidad de Buenos Aires. 2004/2008.
- Directora Académica de ADEN sede Buenos Aires con presencia en España, Costa Rica, Colombia, Ecuador, Perú, Guatemala, Panamá y USA.
- Ganadora del Premio a la Excelencia en AMDIA. Asociación de Marketing directo e Interactivo. Estrategias de Marketing en Internet 2005.
- Miembro de COMITÉ ACADÉMICO DE HONOR de la Asociación Argentina de Marketing
- 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. 2004 a la actualidad.
- Coordinadora de la 1RA. CÁTEDRA DE COMERCIALIZACIÓN. Facultad de Ciencias Económicas Universidad de Buenos Aires.
- Coordinadora de Tesis de la Maestría en Marketing de la Universidad de San Andrés 2004-2008
- Integrante del Equipo de Consultoría y Capacitación a Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas (UBA). 1995- 2005
- Directora del Centro de Desarrollo Gerencial en Convenio con Universidad de San Andrés. 2005-2008
- Directora de ISEC. (Instituto Sudamericano para la Comunicación). 1997-2003
- Integrante del Comité Académico del Grupo ECCO – Estrategia, caos y competitividad. Facultad de Ciencias Económicas – 2003-2005
- Directora del CENTRO DE INVESTIGACION APLICADA EN MARKETING de IDEA - Instituto para el desarrollo empresarial de la Argentina- 1999-2001.
- Ex Directora Académica del MBA en Marketing de IDEA.
- Desarrolló Consultoría y/o Capacitación en más de 100 empresas: Telecom, Edenor, Bolsa de Comercio de B.A, Novartis, Roemmers, Sancor, La Serenísima, Diario La Nación, Banco Nación, Arcor, Bayer, Fiat, Pepsico, OCA, Volkswagen, Productos Familia Sancela Colombia, Tecnoquímicas Colombia, Banco del Pichincha Ecuador, Four Seasons, entre otras empresas.

CUERPO DOCENTE

- Benito Cleres
- Claudia Altieri
- Darío Romeri
- Profesores Invitados
- Directivos de Empresas Invitados

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 pertinente.

CONSIDERACIONES GENERALES

INICIO

16 de Mayo de 2019

FINALIZACION

31 de Octubre de 2019

DURACIÓN

El Diplomado completo tiene una duración de 64 horas reloj distribuidas en encuentros semanales de 3 horas

DIAS Y HORARIOS

Jueves de 18:30 a 21:30 h.

SEDE DE DICTADO

Tucumán 1489, CABA.

ASISTENCIA MÍNIMA

75 % de las clases.

CERTIFICADOS

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 del Diplomado en Business Marketing; a aquellos alumnos que no cumplan con dicho requisito se les entregará certificado de aprobación de Curso de Actualización Profesional en Business Marketing

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.