

EDUCACIÓN CONTINUA
CICLO 2018

DIPLOMADO EN MARKETING AVANZADO

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.

DESTINATARIOS

- 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.

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.
- ✓ Incorporar como práctica usual, los conocimientos necesarios, para poder realizar AUDITORIAS DE MARKETING.
- ✓ Cada unidad del programa se analizará para ser aplicada en MARKETING DE CONSUMO MASIVO, en MARKETING INDUSTRIAL y en MARKETING DE SERVICIOS.

PROGRAMA

Módulo 1: 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.

Módulo 2: 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.

Módulo 3: Inteligencia comercial e investigación de mercados

El desarrollo tecnológico. Las bases de datos relacionales. Base de datos multidimensionales. Sistema de información comercial. El Proceso de Investigación.

Muestreo. Tipos de muestreo. Técnicas aplicadas de investigación motivacional. Experimentación. Procesamiento de los Datos. Técnicas Multivariadas.

Módulo 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. Nuevas tecnologías de comunicación.

Módulo 5: Internet Marketing

Panorama actual del Marketing en Internet. Su relación con la investigación de mercados. Marketing Viral. Advergaming y Publicidad en Videojuegos. Web Analytics. Métricas de Marketing Web 2.0 y modelos de negocios. E-mail Marketing.

Módulo 6: Marketing P.O.P

Ejecución Segmentada. Planificación Branding y Category. KAM. Formatos Comerciales. Nuevas tendencias. Juegos de poder en la Distribución. Manejo de conflictos con el Canal. Merchandising y punto de ventas.

Módulo 7: Marketing Plan

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

Módulo 8: Marketing relacional

Últimas tendencias sobre estrategias de fidelización de clientes. Herramientas utilizadas para la microsegmentación. Medición de los programas de fidelización. Análisis sobre retorno de inversión. Matriz de Moari y su aplicación en la toma de decisiones.

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 postgrado 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 Posgrados 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. 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.
- 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, Four Seasons, entre otras empresas.

CUERPO DOCENTE

PATRICIA IURCOVICH

DARIO ROMERI

SANTIAGO ZUCCHERINO

PAULA JUDKIN

JORGE ALMADA

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

Mayo de 2018.

FINALIZACIÓN

Diciembre de 2018.

DURACION

8 meses

MODALIDAD

Jueves de 19 a 22 h

SEDE DE DICTADO

Zabala 1837, CABA.

ASISTENCIA MÍNIMA:

75 % de las clases.

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 del 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.