

Maestría en Marketing y Gestión Comercial

Enfoque del Consumidor

Entorno Competitivo

El curso establece las bases para aplicar estrategias de marketing en un entorno cambiante que se caracteriza por el dinamismo del mundo digital, saturación mediática y mayor poder del consumidor sobre las marcas. El participante planifica y anticipa las acciones comerciales mediante la generación de valor y la elaboración de las bases estratégicas en línea con las necesidades del consumidor y los objetivos de la empresa.

Investigación e Insights del Consumidor

El curso ofrece una visión integral y estructurada de la investigación de mercados, combinando las perspectivas del rigor metodológico y aplicación práctica, para desarrollar habilidades analíticas y de interpretación estratégica de la información de mercado. Además, el participante profundiza en el concepto de 'insight' y se familiariza con las metodologías que permiten conectar los beneficios que ofrece la marca, con los hábitos, deseos y experiencias del consumidor.

Toma de Decisiones del Consumidor

El curso tiene como objetivo explorar los procesos en la toma estratégica de decisiones priorizando el análisis del comportamiento de los consumidores actuales y potenciales. El participante comprende los estímulos para entender las decisiones de compra y diseña estrategias en base a las variables de influencias sociológicas y psicológicas.

Generación de Valor

El curso plantea alinear los factores que generan mayor impacto en la satisfacción de cliente con las acciones que realiza una marca, producto o servicio. El participante emplea los recursos necesarios para la generación de valor con la finalidad de crear un ventaja competitiva y mantener a la marca vigente en el tiempo.

Servicio al Cliente

El curso desarrolla conceptos fundamentales y casos prácticos para formular e implementar una estrategia enfocada en el servicio al cliente. El participante identifica las áreas de mejora a través del conocimiento del cliente y los diversos componentes del mix de marketing de servicios, incluyendo la administración de las relaciones con los clientes.

Fidelización y *Engagement*

El curso permite dominar los pasos para desarrollar un modelo de gestión de clientes o una iniciativa de Marketing Relacional con el objetivo de gestionar la relación con los clientes y aportar al logro de los objetivos de la empresa. El participante diseña su plan de acción para convertir a los prospectos en clientes, fidelizar a consumidores actuales e incrementar las ventas de manera sostenible.

Neurociencia aplicada al Marketing

Este curso ofrece al participante analizar las reacciones de las personas ante los estímulos del marketing y permite comprender la importancia de las emociones, así como su relación con las decisiones de compra que toma el consumidor. El participante aplica las claves más eficientes para detectar y satisfacer las necesidades reales de los clientes.

Experiencia del Cliente

El participante identifica las diversas técnicas existentes hoy en día para conocer al consumidor con el objetivo de diseñar una experiencia de consumo diferente. Bajo una perspectiva integral el participante podrá diseñar una experiencia a través de las emociones del consumidor bajo una metodología de innovación.

Social & Mobile Marketing

El objetivo de curso es integrar las nuevas oportunidades de mercado que los dispositivos móviles y las redes sociales ofrecen como parte de la gestión estratégica de las organizaciones. El participante comprende el impacto de la tecnología móvil y el Social Media en los procesos clave orientados a la administración de la información de los clientes.

Customer Centric

El curso desarrolla herramientas y técnicas para identificar a los clientes más valiosos para invertir más recursos y tiempo enfocados en su satisfacción. El participante plantea acciones alinear los procesos de las diversas áreas de la organización hacia la generación de experiencias favorables para el consumidor.

Diseño de la Estrategia Comercial

Decisiones de Producto

El curso desarrolla la gestión del portafolio de productos de acuerdo a las necesidades del mercado. El participante analiza el ciclo de vida de los productos, planifica lanzamientos y decide la estrategia en base a la información del consumidor

Comunicaciones y Planning

El objetivo del curso es diseñar una estrategia integral de comunicaciones que incorpore medios online y offline de acuerdo al sector, producto o servicio que se ofrece. El participante planifica las acciones de publicidad, branding y relaciones públicas complementando las acciones ATL y BTL para llegar al consumidor de la forma más eficiente

Distribución Estratégica

El curso desarrolla los diferentes tipos de canal de distribución para seleccionar los más idóneos de acuerdo al giro del negocio. El participante planifica estratégicamente la gestión de los medios más eficientes para hacer llegar su producto al consumidor, en el tiempo y lugar indicado.

Decisiones de Precio - Revenue Management

Al finalizar el curso, el participante estará en capacidad de implementar estrategias que logran el equilibrio entre el valor de producto y percepción de calidad del cliente. Además, el Revenue Management permitirá planificar acciones para mantener una posición competitiva en el mercado que garantice sostenibilidad en el tiempo y el logro de metas comerciales

Endomarketing

El curso desarrolla las estrategias para generar un vínculo emocional positivo entre los colaboradores con el objetivo de generar compromiso con la empresa. El participante lidera la gestión de la calidad de servicio a través de una cultura orientada al cliente y sus necesidades.

Plan Integrado de Marketing

El curso aborda las herramientas y metodologías orientadas al diseño, desarrollo y ejecución de un plan estratégico de marketing que garantice el logro de los objetivos comerciales. El participante comprende los elementos que componen un plan de marketing, identifica oportunidades de negocio y definir las estrategias a implementar. Además, se plantean acciones de control y seguimiento de resultados

Dirección de Marketing

Dirección y Gestión de Proyectos

El curso aborda la planificación aplicada a la administración de proyectos, considerado el entorno comercial actual. El participante se familiariza con las buenas prácticas recomendadas por el Project Management Institute (PMI) para liderar, ejecutar y supervisar proyectos de forma eficiente, relacionados a la estrategia de marketing.

Métricas del Marketing

El curso profundiza en los indicadores que miden la gestión de marketing para evidenciar los resultados en un periodo, con la finalidad de reforzar las acciones o realizar los cambios necesarios en las acciones implementadas. El participante se familiariza con las métricas relacionadas a la estrategia comercial planteada.

Inteligencia Competitiva

El curso proporciona herramientas teóricas y metodológicas para la investigación, así como aplicaciones para la inteligencia estratégica. El participante analiza información que permita identificar oportunidades de crecimiento, consolidar las estrategias de la organización y generar ventajas competitivas.

Dirección Estratégica de la Marca

El curso desarrolla las estrategias asociadas a la creación de una marca y las acciones necesarias para posicionarla en la mente de un consumidor. El participante comprende las etapas del branding e incorpora diferentes acciones en su planificación para generar el impacto deseado antes el cliente y el mercado.

Marketing Social y RSC

El curso desarrolla estrategias de marketing aplicadas a la mejora de la calidad de vida de la sociedad. El participante aplica técnicas para difundir ideas y generar impacto en el comportamiento de determinado público, con el objetivo de promover el bienestar social e individual.

Business Model Canvas

Se hace uso de la metodología 'Learning by doing' para diseñar modelos de gestión estratégica empresarial a través de Modelo de Negocio 'Canvas' (Lienzo). El objetivo principal es ofrecer valor de forma innovadora integrando las ideas claves y diferentes factores que determinan el éxito en una empresa establecida o en un nuevo emprendimiento.

Brand Maps

El Simulador Brand Maps reproduce de manera realista las complejidades, incertidumbres y retos inherentes al proceso de análisis y toma de decisiones de marketing estratégico y operativo. El participante ejercita y desarrolla sus habilidades directivas de manera intensiva.

Dirección Estratégica de Marketing

En este curso, el participante desarrolla una visión directiva para liderar la gestión y ejecución de las acciones de marketing que se implementan para el logro de los objetivos planteados. Además, integra las últimas tendencias de mercado con las necesidades de sus clientes, analizando el entorno en el cual se desenvuelve y los recursos disponibles.

Dirección de Ventas

Al finalizar el curso, el participante estará en capacidad de identificar acciones claves e innovadoras para atender las necesidades del cliente, liderar una fuerza de ventas y concretar negocios de forma exitosa. También se desarrollará los métodos para gestionar eficientemente la relación con los clientes desde una perspectiva comercial.

Innovación, Liderazgo y Emprendimiento

Negociaciones Efectivas

El curso refuerza las habilidades interpersonales enfocadas en el análisis de propuestas, con la finalidad de llegar a acuerdos favorables para las partes interesadas. El participante aplica el enfoque ganar-ganar en compras, ventas, relaciones laborales y conflictos de interés.

Start Ups y Emprendimiento

El curso permite dominar la gestión de startups para en el impulso a empresas emergentes sobre la base del emprendimiento. Se dirigen iniciativas de negocios que promueven la innovación a través de las nuevas tecnologías.

Taller Lego® Serious Play®

A través de la metodología LEGO® Serious Play® se potencia la experiencia con un proceso de formación y transformación estratégica, innovador y profundamente vivencial, logrando el desarrollo de competencias de Liderazgo como Team Building, Estrategias, Creatividad, Innovación, Comunicación, entre otras.

Innovación y Design Thinking

El curso ofrece al participante una perspectiva que combina el pensamiento creativo con el analítico para encontrar soluciones de forma innovadora. El participante adquiere herramientas y conocimientos de gestión de la innovación que sirvan para explorar y crear nuevos esquemas de negocios.

Presentaciones de Alto Impacto

El curso proporciona las herramientas y técnicas para realizar presentaciones efectivas y exitosas a través del uso de la comunicación y los recursos que tenga a disposición. El participante se familiariza con el concepto de "Elevator Pitch" el cual busca desarrollar habilidades para presentar proyectos emprendedores hacia inversionistas, con grandes posibilidades de éxito.

Plan de Negocios

Proyecto de Plan de Negocios

En este curso, el participante inicia el proceso de elaboración del proyecto del Plan de Negocios. El objetivo es elaborar un documento que sea viable en el mercado competitivo actual. Este documento contiene: Justificación de la Idea, Análisis del Mercado, Análisis del Riesgo y Rentabilidad, Análisis del Factor Humano y Análisis de la Inversión, entre otros.

Plan de Negocios

En este curso se finaliza el plan de negocios que previamente se ha planificado y validado. El participante integra conocimientos y habilidades adquiridos durante el programa. Se concretan planes de contingencia y se fundamenta la inversión.