

DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING Y GESTIÓN DE VALOR EN LA ORGANIZACIÓN

Modalidad: elearning asincrónico / **Horas de estudio:** 250 Hrs. / **Duración:** 12 semanas

OBJETIVO GENERAL DEL PROGRAMA

Diseñar estrategias de marketing y gestión de valor, entregando herramientas para fortalecer la gestión comercial de la organización.

MÓDULO 1

Introducción al Marketing Estratégico

Objetivo del Módulo:

Identificar el enfoque actual de marketing estratégico, bajo una mirada moderna y transversal.

1- Introducción, historia y definición de Marketing estratégico. Comprender ¿Qué es el Marketing? ¿Quién es el cliente?

2- Conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes entender las conductas y sus influencias.

3- Buscar nuevos mercados, identificar segmentos de mercado potenciales, descubrir nuevas formas de generar valor y de llegar al cliente.

4- Orientar a la empresa en busca de nuevas oportunidades que generen mayores retornos.

MÓDULO 2

Conducta del consumidor

Objetivo del Módulo:

Examinar la conducta del consumidor, bajo una mirada multidisciplinaria.

0- Introducción

1- Énfasis en el consumidor, simbolismo y consumo

2- El complejo y particular mundo del consumidor

3- Etnografía de la data: rentabilizando la información

4- ¡La experiencia es todo!, lectura de un capítulo de Dan Ariely

MÓDULO 3

Marketing de servicio

Objetivo del Módulo:

Aplicar herramientas de gestión de marketing basadas en la calidad del servicio, las expectativas y la satisfacción de los clientes.

1- Comprender la naturaleza de los servicios y cómo se utiliza el marketing para su gestión.

2- Orientación al mercado de una empresa de servicios.

3- Comprender en profundidad como se componen las expectativas de los clientes y aplicar estrategias que influyen sobre los factores que forman parte de ellas.

4- Gestionar los factores que influyen sobre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes.

5- Estrategia clave: “Creación de valor para los clientes”

MÓDULO 4

Comunicación e integración digital

Objetivo del Módulo:

Diseñar estrategias de marketing centradas en el cliente, como también herramientas digitales actuales.

1- Marketing tradicional vs Marketing Digital

2- Fidelización de clientes, ventajas y desventajas

3- Análisis de casos y aplicaciones reales.