

# ***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.**