

## **CURSO** **Mercadotecnia digital**

<b>Reseña del programa</b>	Habilita al participante y le proporciona los elementos necesarios que impulsen el desarrollo de su capacidad para promover la venta de servicios y/o productos a través de los recursos digitales. Diseñado tanto para empleados de organizaciones establecidas, como para quienes inician o manejan proyectos independientes.
<b>Expositor</b>	Mtro. Francisco Michavila Pesqueira
<b>Curriculum del Expositor</b>	Lic. En periodismo y Comunicación con maestría en Gestión de empresas por la universidad Pompeu Fabra - Barcelona, España, Consultor para empresarios y ejecutivos, generación de demanda y tutoría a ejecutivos.
<b>Objetivos</b>	Que los participantes conozcan el significado y la importancia de la Mercadotecnia Digital para que sean capaces de aplicar herramientas innovadoras que logren impulsar el desarrollo económico de un negocio. Que sean capaces de desarrollar ideas creativas y que fomenten el desarrollo de nuevas tendencias que impulsen los objetivos de cada institución logrando que la prestación de dicho servicio tenga un alto estándar de calidad y que a su vez, logren identificar cómo este se relaciona directamente con el éxito de cualquier negocio. El diplomado abarca la evaluación de distintos factores dentro y fuera del negocio, ya que si el personal de una empresa no conoce la Institución para la que labora así como sus lineamientos, es muy difícil que pueda promover satisfactoriamente un producto o servicio. Y por último que los participantes conozcan las herramientas de evaluación a través de las cuales se pueden medir los resultados de las estrategias aplicadas, y que sirvan como diagnóstico para la toma de decisiones.
<b>Contenido temático</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Definición y conceptos básicos de Mercadotecnia <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definición de Mercadotecnia</li> <li>- Objetivos de Mercadotecnia</li> <li>- Mezcla de Mercadotecnia (producto, plaza, precio y promoción)</li> <li>- Segmentación, diferenciación, posicionamiento y seguimiento</li> </ul> </li> <li>· Aplicaciones de Mercadotecnia <ul style="list-style-type: none"> <li>- Importancia de la Mercadotecnia en la época actual</li> <li>- Marketing Político</li> <li>- Relaciones Públicas</li> </ul> </li> <li>· Investigación de Mercado <ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación de Mercado: Definición y conceptos básicos</li> <li>- Oportunidad de Mercadotecnia</li> <li>- Encuestas y sistemas de evaluación que determinen el grado de satisfacción del cliente</li> <li>- Mystery shopper</li> <li>- Medición de resultados</li> <li>- Planeación estratégica</li> </ul> </li> </ul>

## **CURSO**

### **Mercadotecnia digital**

- Plan de Mercadotecnia
  - Resumen ejecutivo
  - Análisis de la situación de marketing
  - Análisis FODA-A
  - Tácticas
  - Monitoreo y control
- Calidad en el servicio
  - Definición de servicio
  - Servicio al cliente
  - Características de los servicios
  - Implicaciones del servicio en la época actual
  - Calidad en el servicio como medio de publicidad
- Capacitación y coaching
  - Auditoría de calidad
  - Estrategias de comunicación.
  - Nuevas tendencias

#### **Informes**

Lic. Abraham Valverde  
Tel. 59 50 40 00 Ext. 7160  
ec.online@ibero.mx

La Universidad Iberoamericana se reserva el derecho de posponer o cancelar los programas. Todos los alumnos de la Dirección de Educación Continua quedan regidos por los reglamentos generales de la Universidad Iberoamericana, así como de los reglamentos particulares internos.