



**Formación
Ejecutiva**

VIGILADO MINEDUCACIÓN



Estudia nuestro curso:

MARKETING INTEGRAL



**Formación
Ejecutiva**

Este diplomado es una inmersión al mundo del mercadeo contemporáneo, partirás desde lo fundamental y desarrollarás las habilidades necesarias para construir tu estrategia de marketing orientada al entendimiento del mercado, que te permitirá sobresalir e impactar en el mundo evolucionado de hoy.





AL FINAL DEL CURSO, EL PARTICIPANTE ESTARÁ EN CAPACIDAD DE:

- Interpretar y analizar el marketing como un proceso para gestionar el valor en una empresa real.
- Identificar las variables del entorno y los ecosistemas que influyen en el comportamiento del consumidor.
- Integrar conocimientos de mercado y de la organización para la toma de decisiones mediante el entendimiento de una compañía Orientada al mercado.
- Analizar y relacionar los pilares del marketing, las habilidades y aplicaciones del marketing contemporáneo.
- Descubrir las herramientas fundamentales del marketing STPME; Segmentación, targeting, posicionamiento y mapa de experiencias.



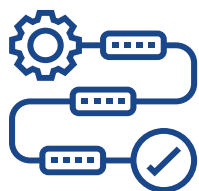
**Formación
Ejecutiva**

¿POR QUÉ ESTUDIAR EN EL CESA?



Programas con temáticas a la
vanguardia

Docentes que unen lo mejor de
la academia con el mundo real



Metodologías prácticas

*Aplicables a casos de la vida real

Educación personalizada



CALIDAD CESA



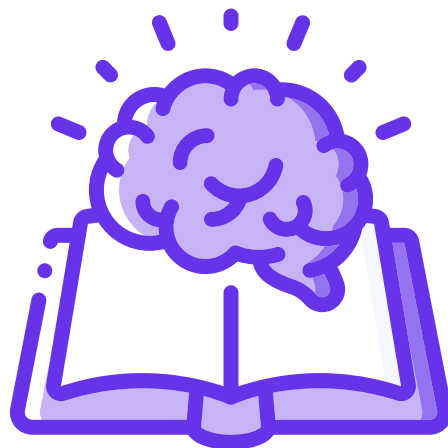
**Formación
Ejecutiva**

METODOLOGÍA

Este programa se impartirá online. El diplomado se estructura en cada módulo, con segmentos de fundamentos y sesiones de aplicación, utilizando herramientas pedagógicas prácticas y didácticas.

El componente práctico se desarrollará con un estudio de caso, este se tomará como proyecto final para otorgar la insignia digital emitida por el CESA (Colegio de Estudios Superiores de Administración), que acredita las competencias desarrolladas durante el programa. El proyecto estará guiado por los docentes durante las sesiones.

La extensión y profundidad del programa requieren de la participación permanente y activa de los estudiantes, logrando así la construcción conjunta de conocimiento con el apoyo del docente.

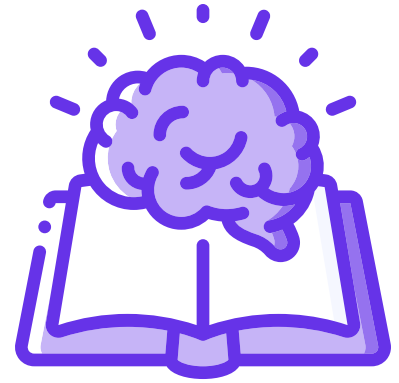


PLAN DE ESTUDIOS

Módulo I.

El mercado y el consumidor

- Que es el mercado y sus componentes.
- El consumidor, el comprador, el ciudadano digital, el influenciador y sus estados de necesidad.
- Insights y comportamiento del consumidor.
- Las generaciones Baby Boomers, X; Y (Millennials); Z (Centennials), Alpha.
- El entorno y sus características, análisis situacional.
- La segmentación y el targeting.
- Mapa de experiencias.
- Ciclo de vida de consumidor. CLV.
- Los sistemas de información de mercado.



Módulo II.

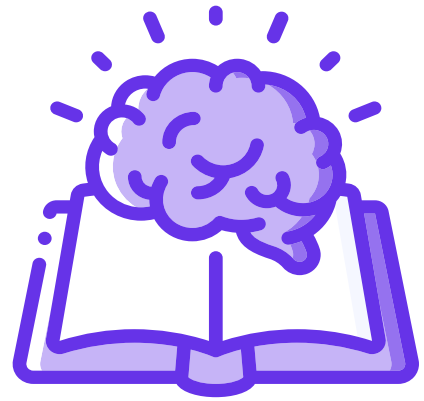
Conceptos del marketing y su aporte a los Negocios

- El marketing y su alcance.
- Las Organizaciones orientadas al mercado.
- La estrategia, los objetivos genéricos y el marketing.
- Las P's estratégicas; Posicionamiento, Proposición de valor, Portafolio.
- El marketing como proceso del Modelo de negocio.
- El proceso de compra y uso.
- Enfoques del marketing. Marketing 1.0, 2.0, 3.0, 4.0, 5.0

Módulo III.

Pilar I: Crear

- Desarrollo de Producto. La P de producto.
 - Diseño del relacionamiento a partir de la descripción del mapa de experiencias.
 - Los servicios y la experiencia del cliente.
 - La innovación y el Marketing.
 - WEB 3, Las plataformas digitales y el metaverso.
- 



Módulo IV.

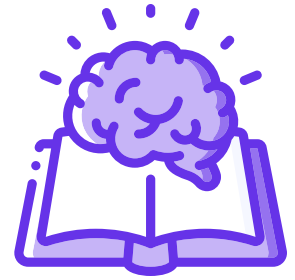
Pilar II: Comunicar

- La P de promoción.
- La P de la percepción.
- La P del posicionamiento.
- Creatividad & Branding & posicionamiento.
- Las I's de las marcas. Identidad, Imagen, Integridad.
- Arquitecturas de marca & embudo de marca.
- Proceso de comunicación.
- El ecosistema digital y sus componentes como instrumentos para conversar. (Motores de búsqueda, redes sociales, páginas propias, blogs, plataformas, aplicaciones, etc.)
- Las M's: Motivación, Mensaje, Medios, Magnificación.
- Sistemas de medición de salud de marca.

Módulo V.

Pilar III: Intercambiar

- El valor y su creación.
- La P de precio. El precio como momento de verdad.



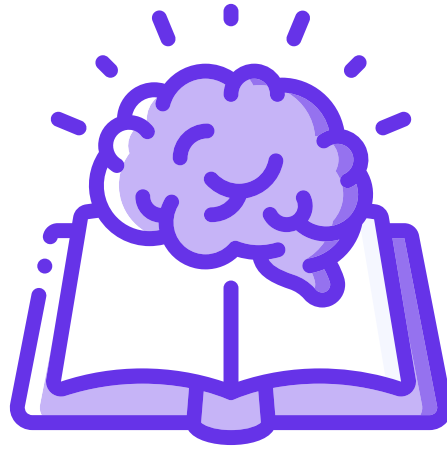
- Proceso de definición de precio de un producto o servicio.
- Los medios de intercambio y formas de pago.
- Variables para analizar y tomar decisiones de precio.
- El abordaje al mercado y la política de precio.
- Los márgenes en la ruta al mercado (RTM) y la ruta de compra (RTP).

Módulo VI. Pilar IV: Entregar

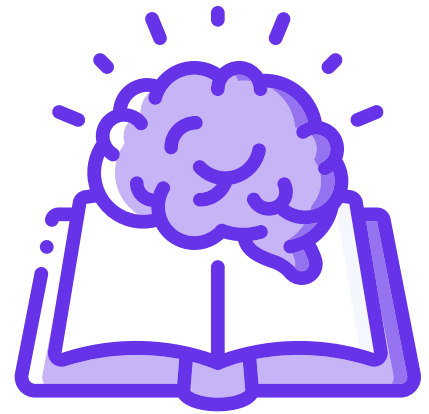
- Las intenciones de consumo y compra.
- Las misiones de compra y las ocasiones de compra que las impulsan.
- Los canales y sus actores.
- Las rutas de compra (RTP) y rutas al mercado (RTM).
- El ecosistema integral como medio de comercialización.
- Las funciones básicas de los canales; disponibilidad, visibilidad y accesibilidad.

Módulo VII. Las Capacidades y habilidades de una Organización Orientada al mercado

- Concepto de “Data Driven Marketing”
- Los ecosistemas de fuentes de datos.
- CRM System (engagement, conversations)



- Digital Ecosystem (Traffic, Conversations, behaviour, Role)
- WEB traffic
- Searching engines
- Applications
- Blogs
- Social Networks
- Platform
- IoT
- Media
- Transactional process
- Channels (POS, Digital & Brick and Mortar)
- Concepto “Agile marketing”
- Los elementos que hacen una Organización ágil para un mundo VUCA
- Análisis en tiempo real
- Construcción de equipos descentralizados
- Plataforma de desarrollo de P/S flexibles y colaborativas
- Métodos concurrentes
- Experimentación rápida e iterativa



- Innovación abierta
- Sistema de gestión integrado.

Módulo VIII.

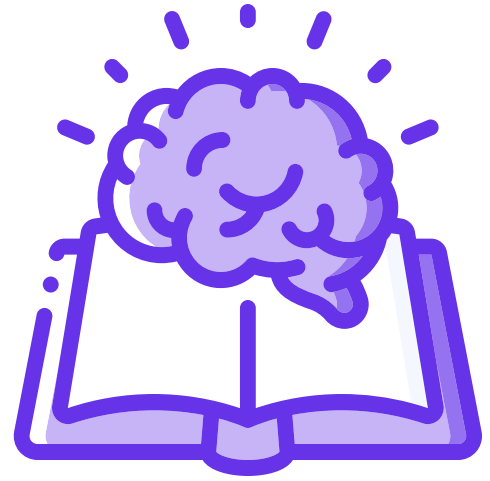
Las aplicaciones del marketing desde la tecnología

- La predicción para anticiparse como factor clave de éxito. Modelos. Predicting Marketing
- La identificación, el perfilamiento, la personalización de la relación entre cliente y marca para tener una conversación inteligente.
- Contextual Marketing.
- La programación, automatización de herramientas tecnológicas que soporten el proceso comercial. Augmented Marketing.

Taller de Aplicación I.

Poniendo los pies sobre la tierra

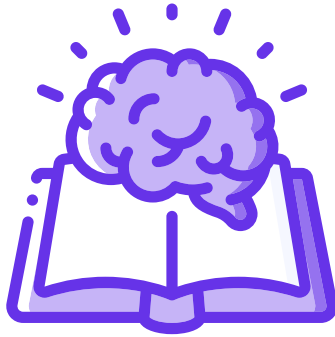
- Describiendo el mercado donde se va a competir desde la oferta y la demanda.
- Definiendo el nivel de la habilidad de Marketing (1.0, 2.0, 3.0, 4.0, 5.0).



- Describiendo el modelo de negocio.
- Describiendo desde el Direccionamiento estratégico la empresa, La unidad de negocio, la marca.

Taller de Aplicación II. Realizando el Diagnóstico del mercado de su atraktividad y de la habilidad para ganar

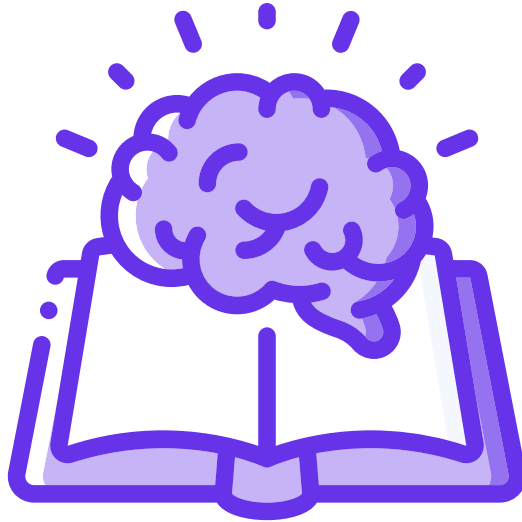
- Validando las tendencias del entorno que influyen en el negocio.
- Auditando la segmentación, el posicionamiento, la percepción de marca.
- Revisando el mapa de experiencias.
- Desempeño actual. Cumplimiento de los objetivos. Verificar tableros de control utilizados.
- La participación de mercados.
- El crecimiento.
- La rentabilidad.
- El posicionamiento.
- La sostenibilidad.
- Identificar y auditar la ejecución de los pilares de acción.



- Revisar las capacidades de ejecución de la Compañía versus Los factores claves de éxito del mercado
- Definiendo los GAP'S
- Describiendo la Oportunidad.

Taller de Aplicación III: Formulando la estrategia (pilares de acción)

- Validando la unidad de análisis y la Oportunidad.
- Construyendo un flujo de ingresos proyectados por escenarios.
- El marketing y la definición de una estrategia.
- Los objetivos de resultado y proceso.
- Proposición de valor.
- Posicionamiento Competitivo.
- El portafolio y el rol de la marca en él.
- Tipos de abordaje al mercado.
- Definición de los pilares de acción.



Taller de Aplicación IV. Asignando recursos y validando capacidades

- Construcción de un plan de actividades para cada pilar de acción.
- Definición de cronograma del periodo de planeación.
- Definiendo las responsabilidades y roles dentro de la ejecución.
- Valorizando la inversión de las actividades.
- Priorizar mediante relación costo-beneficio.
- Definiendo el tablero de control para el seguimiento



DIRIGIDO A:

Profesionales de cualquier área, que estén interesados en adquirir conocimientos para el entendimiento del mundo del marketing, o, que tengan como propósito aprender a formular la estrategia de marketing para una empresa o emprendimiento, en relación a sus objetivos y procesos.



**Formación
Ejecutiva**

DOCENTES



GABRIEL JAIME GARCÍA

Ingeniero electricista, especialista en gerencia de mercadeo de la universidad EAFIT y MBA Executive de la Universidad de los Andes. En su trayectoria profesional, ha ocupado cargos gerenciales y de dirección en mercadeo y comunicaciones en empresas como Nestlé, LATAM SABMiller, Bavaria, entre otras.

Profesor con una combinación entre sólida experiencia directiva en empresas multinacionales y locales de consumo masivo y de servicios y docencia. Entrador de equipos para diseñar estrategias de negocio orientadas al mercado para el crecimiento, la expansión y la rentabilidad. Formador de equipos comerciales y de mercadeo en estrategia, en mercado, entendimiento del consumidor, en canal, en clientes. Experto en planeación estratégica



**Formación
Ejecutiva**



PAULA GAVIRIA

Comunicadora y Relacionista Corporativa, Especialista en Innovación Tecnológica y Master Psicología del Consumidor. Speaker de Tecnología & Innovación, Docente, Blogger y Líder Digital. Woman to Watch 2016. En sus 15 años de experiencia en marketing digital en Latinoamérica ha trabajado con grandes marcas regionales y globales. Su trayectoria le ha permitido ser participe del diseño e implementación de transformaciones digitales al interior de organizaciones publicitarias y de medios tanto en B2C como en B2B.



**Formación
Ejecutiva**



XAVIER SERRANO

Licenciado en economía y marketing, MIS y MBA. Último programa: programa de Harvard Gestión CEO / Aden (2010). CEO - Geometry Global una compañía WPP. Profesor en los programas de postgrado En el Cesa y otras universidades del país. Entre algunos reconocimientos incluye jurado en festivales creativos como Wave, Ojo de Iberoamérica y otros. Algunos premios de la agencia incluyen Cannes, Ojo, El Dorado, Ola, Lápiz de Acero entre otros.



**Formación
Ejecutiva**



CÉSAR TRUJILLO

Fundador, socio y Country Manager de Soho UX en Colombia, empresa de Consultoría en Experiencia de Usuario y Metodologías Ágiles e Innovación con oficinas en Chile, Uruguay, Panamá y Colombia. Máster de Innovación y Emprendimiento de la Universidad de Barcelona / OBS Business School, Especialista en Gerencia de Diseño de la Universidad Jorge Tadeo Lozano y Artista Plástico de la Universidad de Los Andes. Profesional con más de 25 años de experiencia en Marketing, Innovación y Transformación Digital en Norte y Latinoamérica. Ha sido emprendedor, intraemprendedor y consultor para empresas como: Scotiabank Colpatria, Carvajal, Nestlé, Textrón, Ezpot, TuCash.com, CEET. César es un conferencista frecuente y reconocido en eventos de marketing, innovación y tecnología en toda Latinoamérica.



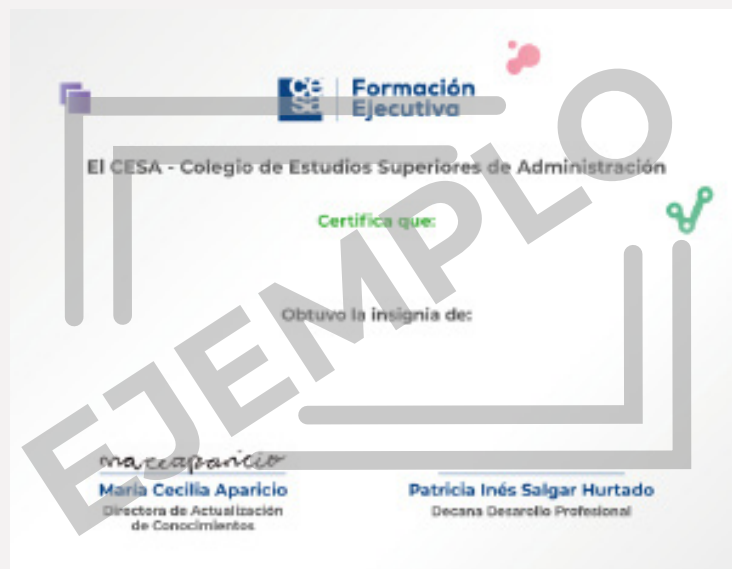
**Formación
Ejecutiva**

VIGILADO MINEDUCACIÓN



¿QUÉ OBTENDRÁS?

DIPLOMA





**Formación
Ejecutiva**

**CONSULTA LAS POLÍTICAS
DE EDUCACIÓN CONTÍNUA**

AQUÍ

**PARA MÁS INFORMACIÓN
ESCANEA ESTE CÓDIGO**

