

Aprende las herramientas necesarias que te ayuden a responder a las exigencias de las organizaciones para garantizar su competitividad y permanencia en el mercado identificando oportunidades de desarrollo en mercados competitivos y en la producción de bienes y servicios.

# Carrera corta de Marketing

## Objetivos de la carrera corta:

- Comprender los principales conceptos, modelos y herramientas del marketing.
- Lograr una visión integral sobre los desafíos que enfrenta un ejecutivo de marketing.
- Adquirir conocimientos aplicados a la investigación de mercados y branding.

## Qué se logrará con la carrera corta:

- El alumno será capaz de analizar las variables del medioambiente social, económico y competitivo a nivel local, regional y global.
- Analizar de manera crítica las problemáticas de la gestión de marketing.
- Resolver problemas o abordar oportunidades del área de marketing con propuestas creativas y eficientes.
- Aplicar conocimientos de investigación de mercados.
- Aplicación de estrategias para generar el valor de marca.

## MALLA

### I SEMESTRE

#### CURSO 1: Fundamentos de Marketing, Segmentación y Posicionamiento

- Conceptos y evolución del marketing.
- ¿Por qué hay que medir el marketing?
- El ROI de marketing
- Diagnóstico Comercial

#### CURSO 2: Segmentación de mercados

- Segmentación de mercados
- Variables de segmentación
- Fundamentos del posicionamiento de marca

### II SEMESTRE

#### CURSO 6: Estrategias de Marketing

- Introducción a las Estrategias de Marketing
- Estrategias de producto
- Promoción y Plaza
- Las nuevas 3P (personas, procesos y presentación)

#### CURSO 7: Pricing, costeo y estrategias de fijación de precios

- Estratégica y táctica detrás de los precios
- Aspectos monetarios y psicológicos que afectan las decisiones de compra
- Marco teórico para identificar y capturar oportunidades de precio.

#### CURSO 8: E-Commerce y estrategias de marketing digital

- Introducción, fundamentos, métricas y modelos de pago
- Consumidor Digital y Canales de comunicación online
- Comercio electrónico
- La correcta gestión del portal de Venta Online.
- Cómo potenciar tu portal de Venta Online.

#### CURSO 3: Comportamiento del Consumidor

- Factores que influyen en la decisión de compra.
- Proceso de decisión de compra y tipos de clientes.
- Proceso Post compra.

#### CURSO 4: Investigación de Mercados

- Investigación de mercados: Conceptos
- Preparación del diseño de la Investigación
- Metodologías de investigación de mercados
- Recolección de datos y análisis de la información

#### CURSO 9: Gestión de Clientes

- Marketing tradicional vs Relacional
- CRM, conceptos
- Estrategias de Fidelización
- CRM y su implementación

#### CURSO 10: Plan de Marketing

- Análisis Externo
- Análisis Interno
- Diagnóstico Comercial
- Objetivos y Estrategias
- Planes de Acción y presupuesto

**CERTIFICACIÓN**  
A nombre del Instituto.

1 AÑO