



MAESTRÍA INTERNACIONAL EN ALTA DIRECCION ESTRATÉGICA DE MARKETING

OBJETIVOS

- Desarrollar profesionales capaces de afrontar con éxito las responsabilidades y decisiones Comerciales y de Marketing en su desarrollo profesional.
- Dotar de las competencias que permitan al profesional alinear y coordinar las funciones y actividades del área comercial de la empresa.
- Integrar la visión y los objetivos generales de la empresa con las políticas y las estrategias de Marketing.
- Desarrollar la capacidad del participante para dirigir y coordinar equipos de trabajo con la máxima eficacia.
- Capacitar al participante en el análisis de la realidad dentro de los actuales procesos de cambio continuo; que sepa seleccionar, desarrollar y aplicar las estrategias Comerciales y de Marketing acordes con el business plan de la organización y que conozca a fondo los nuevos modelos y técnicas de marketing para así poder decidir cuales son las óptimas en cada situación.
- Dotar al participante de la estructura mental y conocimientos que le permitan desarrollar, ejecutar y dirigir los planes comerciales y de marketing.

BLOQUE MARKETING 1

0.EL MARKETING

1.MARKETING SIGLO XXI

2.ÁREAS DE ACTIVIDAD QUE COMPONEN LA GESTIÓN DE MARKETING

3.MARKETING ESTRATÉGICO

4.LEYES INMUTABLES DEL MARKETING

5. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

6. INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

7. PRODUCTO Y PRECIOS

8. PRODUCT MANAGER

9. LA DISTRIBUCIÓN MERCADO Y CLIENTES

10. TRADE MARKETING

M.C. MANUAL DE MARKETING ESTRATEGICO.

M.C. GUIA PARA REALIZAR UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.

M.C. EL PRECIO, TIPOS Y ESTRATEGIAS DE FIJACIÓN.

14. MARKETING ACTUAL Y CAMBIOS DE PARADIGMAS.

BLOQUE MARKETING 2

1. ORGANIZACIÓN COMERCIAL EQUIPOS DE VENTA

2. MANUAL DEL VENDEDOR

3. TÉCNICAS DE VENTAS Y COMUNICACIÓN COMERCIAL

4. ERRORES COMUNES EN VENTAS Y COMO EVITARLOS

5. ESTRATEGIAS PARA INCREMENTAR SUS VENTAS EN 2013

6. LA ASERTIVIDAD EN LA GERENCIA COMERCIAL

7. COMUNICACIÓN INTEGRAL Y MARKETING

8. LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

9. LA COMUNICACIÓN INTERNA

10. MARKETING DIRECTO

M.C. CONTEXTO Y ORGANIZACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS.

M.C. COMUNICACION CORPORATIVA UNA ESTRATEGIA DE EXITO A CORTO PLAZO.

M.C. DISEÑO DE UNA RED COMERCIAL

M.C.EL PROCESO DE LA COMUNICACION COMERCIAL

M.C.MARKETING DIRECTO E INTERACTIVO

M.C.MARKETING MANUAL DEL VENDEDOR

BLOQUE MARKETING 3

1.EL PLAN DE MARKETING

2.REFLEXIONES SOBRE EL PLAN DE MARKETING

3.AUDITORÍA DE MARKETING

4.MARKETING EN INTERNET Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

5.DAFO DEL MARKETING

6.ANÁLISIS BCG

7.ESTRATEGIAS GANADORAS DE MARKETING EN EL SIGLO XXI

8.TERMINOS ACTUALES DE MARKETING

9.BONDING

M.C.AUDITORIA DE MARKETING

M.C.DOS EJEMPLOS DE PLAN DE MARKETING

M.C.GUIA PARA LA ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING

M.C.MARKETING Y NUEVAS TECNOLOGIAS

BLOQUE MARKETING 4

1.MARKETING INTERNACIONAL

2.MARKETING POLITICO

3.GHOST MARKETING

4.GUERRA DE MARKETING

5.HÁBITOS DE MARKETING

6.MARKETING DE COMBATE

7.MARKETING DE GUERRILLA

8.MARKETING DE ÚLTIMA GENERACIÓN

9.MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

10.MARKETING RELACIONAL

M.C.20 PRINCIPIOS DEL MARKETING DE GUERRILLA

M.C.ESTRATEGIAS DE MARKETING POR INTERNET

M.C.MARKETING DE GUERRA

M.C.MARKETING ESTRATEGICO PARA EL SIGLOXXI

BLOQUE 5 MATERIAL EN VIDEO.-

ACCESO LIBRE AL AREA DE MATERIALES AUDIOVISUALES (VIDEOS) RELACIONADOS CON LA MATERIA DE LA MAESTRIA