

Fundamentos del Marketing

Generando estrategias para enfrentar nuevos mercados.

► Descripción

El entorno en el que nos posicionamos cambia y evoluciona constantemente. Es por ello que el éxito de nuestra empresa dependerá de nuestra capacidad de adaptación. Y en esa línea, el rol del marketing estratégico debe ser el anticiparse e ir más rápido que las necesidades de los consumidores.

El marketing tradicional que buscaba satisfacer a los consumidores, más rápido y más barato que la competencia, dando respuestas a los gustos de los clientes, ya no es suficiente.

Hoy, debido a la complejidad de los productos que ofrece el mercado, para ser líderes debemos asumir el desafío de enseñar a los clientes sobre aquello que realmente desean.

En este sentido, el manejo de información de los clientes es vital, pues permite ser capaz de anticiparse a sus necesidades e incluso, generar ofertas que creen nuevos requerimientos. Es por ello que en este curso, se enseñan técnicas que permiten conseguir información y profundizar en la relación con los clientes.

De esta forma, el objetivo del curso es conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, localizar nuevos nichos de mercado, identificar segmentos potenciales, valorar el potencial e interés de esos mercados, orientar a la empresa en busca de esas oportunidades y diseñar un plan de marketing que esté alineado con los

▶ ¿Qué aprenderás?

1. Aprenderán qué es el Marketing Estratégico y sus componentes, así como la documentación de este a través del Plan de Marketing. Entenderán su importancia y criticidad para el éxito de los negocios.
2. Descubrirán qué es y cómo se diseña una propuesta de valor, y su relevancia en la era digital. Aprenderán cómo una propuesta de valor online puede ayudar a centrarse en el cliente.
3. Comprenderán la importancia de una adecuada estrategia de producto en el marketing de una empresa, cómo las marcas generan un posicionamiento en la mente del consumidor y cómo se construye la gestión de marca en el mundo digital.
4. Conocerán qué es y en qué consiste una estrategia de Pricing, las estrategias de pricing modernas, estrategias de Omnicanalidad y Multicanalidad y cómo aplicar acciones de omnicanalidad en el negocio.
5. Aprenderán qué es el marketing digital y sus beneficios, los pasos para el proceso de diseño e implementación de una estrategia de Marketing Digital y los principales canales utilizados actualmente en Marketing Digital. Además, comprenderán qué es la fidelización de clientes y sus beneficios, cómo identificar indicadores de lealtad del cliente y cómo aplicar estrategias de fidelización en una empresa y en puntos de contactos digitales. Te invitamos a unirse a este curso para mejorar tus habilidades y ser un profesional más completo.

▶ Contenidos del curso

Unidad 1	Marketing Estratégico: Base fundamental para un plan de Marketing exitoso
Unidad 2	Propuesta de valor para un consumidor más digital
Unidad 3	Estrategias de marca y producto para los desafíos actuales
Unidad 4	Precio y muticanalidad: alineación con la estrategia
Unidad 5	Marketing digital: el camino para la interacción continua con el cliente
Unidad 6	Fidelización de clientes al largo plazo

► Cuerpo Docente



Jaime Eduardo Marin Galvez

Magíster en Mercadeo de la Universidad de los Andes con experiencia de más de diez años en el campo del Marketing, comercial y las comunicaciones, y siete de ellos en el sector educativo. Con alto conocimiento en desarrollo y ejecución de estrategias de marketing y comunicación, al igual que de estrategias comerciales y de ventas velando por el cumplimiento de objetivos estratégicos de la organización. Además con capacidad para gestionar y administrar eficientemente unidades de negocio en todos su frentes: estratégico, operativo, logístico, financiero y de control, lo que permite una toma de decisiones más asertivas.