



Diplomado en Dirección Comercial y Marketing





Dirección Comercial y Marketing

El programa superior en Dirección Comercial y de Marketing tiene como finalidad dar a conocer a los participantes la naturaleza de los intercambios y cómo son o deben de ser estimulados y mantenidos a través de motivaciones que los impulsan y analizar las estrategias que se utilizan para generar transacciones beneficiosas tanto para los consumidores como para las empresas que ofrecen sus bienes y servicios al mercado.

Capacita a los participantes para estructurar, organizar y controlar buenas estrategias comerciales.

En la actual economía global de mercado, esto significa conocer el encaje de la información de los clientes, la inteligencia competitiva, y un concepto claro de la propuesta de valor de la compañía en las necesidades de los clientes y las posibilidades de la empresa incidiendo en la resolución de los problemas para determinar acciones que satisfagan las necesidades del cliente.

Paralelamente se preparará a los participantes para conocer y valorar la investigación de mercados como herramienta útil a la hora de tomar ciertas decisiones empresariales atenuando los riesgos que éstas suponen, así como aplicar e implementar correctamente en la empresa las conclusiones que la investigación de mercados ofrece.

Escuela Europea de Negocios, con una concepción global de los negocios, provee a sus alumnos de una formación práctica y orientada a la empresa, carácter emprendedor y espíritu humanista.



“El pensamiento del Marketing está sufriendo un cambio; de maximizar la utilidad que la empresa obtiene de cada transacción a maximizar la utilidad mutua que se obtiene de cada relación”

Philip Kotler

Objetivos

Formar profesionales con un pensamiento directivo basado en el conocimiento y en la aplicación de habilidades orientadas al área Comercial y de Marketing.

Proporcionar los conocimientos necesarios para desarrollar y llevar a cabo las funciones y estrategias necesarias, para la ejecución de un Plan Comercial y de Marketing dentro de su organización.

Los alumnos estarán familiarizados con los conceptos fundamentales de la Dirección de Comercial y de Marketing.

Desarrollar las habilidades y competencias necesarias para alinear las funciones del área comercial y de marketing a la visión estratégica de la organización.

Aplicar adecuadamente conceptos y herramientas vigentes para la gestión Comercial y de Marketing.

Proporcionar una visión general de las principales funciones que desempeña la Dirección Comercial y de Marketing dentro de una organización y en su entorno.

Desarrollar e implementar estrategias que permitan afrontar los cambios organizacionales que actualmente enfrentan las organizaciones, mediante la incorporación de políticas adaptadas a los diferentes entornos en los que se encuentra.

PROGRAMA



Tema 1

La Estrategia y el Plan de Marketing.

- La Estrategia Corporativa.
- La Estrategia de Mezcla de Productos.
- El Establecimiento de la Estrategia y de las Políticas de Marketing.
- El Posicionamiento Estratégico.
- El Marketing Mix.
- Desarrollo del Plan de Marketing Estratégico.
- El Plan de Marketing Operativo.
- Consistencia del Plan de Marketing con otros Planes de la empresa.
- El Proceso de Control del Plan de Marketing.

Tema 2

La Gestión de Productos y de Marcas

- Definición de Producto.
- La Política de Producto.
- Clasificación de los Productos.
- El Ciclo de Vida del Producto.
- La Planificación de Nuevos Productos.
- Decisiones sobre el Producto y sobre la Línea de Productos.
- La importancia del "Branding" para las Estrategias de Diferenciación.

Tema 3

Estrategias y Programas de Precios

- Las decisiones de fijación de precios.
- Objetivos estratégicos de la fijación de precios.
- Las leyes de la oferta y la demanda y los precios.
- Relaciones entre los costos, los ingresos y la oferta.
- El significado del precio para los consumidores.
- Métodos para la fijación de precios.
- Adaptación, iniciación y respuesta a cambios en los precios.
- Análisis de la rentabilidad de los productos.

PROGRAMA

“Lo que construye
la marca no es el mensaje,
es la experiencia que se
vive con ella”

ÁlexPalette



Tema 4

Comunicación de Marketing

- La Política de Comunicación
- La Comunicación Integrada de Marketing.
- Publicidad.
- Promoción de Ventas.
- Comunicación y la Imagen Corporativa.
- Las Relaciones Públicas.
- Comunicación 2.0.
- Las nuevas tecnologías sociales en la Estrategia de Comunicación Empresarial.

Tema 5

Estrategias y Política de Distribución.

- La Distribución como herramienta estratégica de Marketing.
- La Política de Distribución.
- La Distribución física y sus costes.
- La Función Logística.
- Las Etapas de diseño e implantación de los canales de distribución.
- Desarrollos recientes en el campo de la Distribución.
- El Merchandising en el Punto de Venta.

Tema 6

La Investigación Comercial y de Mercados

- Concepto de Investigación Comercial y de Mercados.
- El Sistema de Información de Marketing.
- Aplicaciones de la Investigación Comercial y de Mercados.
- Técnicas de Investigación Comercial y de Mercados.
- El proceso de Investigación Comercial.

Tema 7

Los Nuevos Medios del Marketing y las Herramientas del Marketing Digital

- La Televisión Digital.
- La Telefonía Móvil y el Marketing Móvil.
- Las Herramientas del Marketing Digital.
- La Fidelización de los Clientes en Internet.
- El Marketing de Redes Sociales.
- El Marketing Viral.

Tema 8

Dirección y Organización del Departamento de Ventas



Metodología

- E-learning a través del campus de Escuela Europea de Negocios.
- Clases virtuales en directo con tecnología CISCO.
- Tutorización personal del profesor responsable.
- Resolución de casos prácticos.

** Los créditos realizados en este Diplomado se tomarán en cuenta para ser validados al cursar el Master en Dirección Comercial y Marketing Internacional con Escuela Europea de Negocios.*

Sistema de evaluación

La evaluación del alumno tendrá en cuenta el grado de conocimientos adquiridos así como las habilidades de comunicación escrita y oral.

La nota final se determinará como a continuación se detalla:

- Actitud y participación en las sesiones: 20 %
- Casos escritos individuales: 30 %
- Casos escritos en grupo: 30 %
- Evaluación final: 20 %

PROFESORES



Alfredo Barriga

- MBA IESE Business School, Universidad de Navarra, España.
- Máster en Dirección de Empresas, Universidad de Lleida, España.
- BA Business Administration, Universidad Complutense de Madrid.
- Fundador de Knowledge, empresa consultora de Planificación estratégica de tecnología de la información, e-marketing estratégico y generación de innovación.
- Ex Secretario Ejecutivo de Desarrollo Digital, Ministerio de Economía.
- Consultor y Profesor del Área de Tecnologías de Información.

Alejandro Díaz

- MBA IESE, Universidad de Navarra.
- Ingeniero Comercial.
- Ex gerente Marketing, Bellsouth Comunicaciones.
- Empresario y Consultor de Empresas.
- Profesor área Marketing y Comercial.

Max Alexis Hardy Vargas

- Magister en Gestión de Organizaciones con mención en Marketing, Universidad de Valparaíso.
- Ingeniero Comercial, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.
- Ex Gerente de Marketing y Gerente Comercial de Empresas en Chile y el extranjero.
- Directivo en la Administración Pública.
- Consultor de empresas.
- Profesor área de Marketing y Comercial.

Jorge Jarpa Vrandecic

- Doctor(c) Gestión Avanzada en Negocios Internacionales, Universidad de Lleida.
- Máster of Project Management, Keller Graduate School of Management, USA y Associate in Applied Science Management, College of DuPage, USA.
- Máster en Dirección y Organización de Empresas (MBA), Universidad de Lleida; Diplomado en Estudios Avanzados (DEA), Universidad de Lleida.
- Experto en consultoría y asesoría en estrategia comercial y comunicacional, diagnóstico corporativo y estrategias de clientes.
- Docente de Pre y Postgrado en Asignaturas Investigación de Mercado, Gestión Comercial y Taller Juego de Negocios.
- Profesor área de Marketing y Comercial y Juego de negocios.

PROFESORES

Gustavo Méndez

- MBA IESE, Universidad de Navarra, España.
- Ingeniero Comercial.
- Ex ejecutivo de empresas Lever, Nestlé, Gillette - Braun.
- Director de Agencia de Publicidad Kinesis.
- Profesor área de Marketing y Comercial.

Marcello Tapia

- Abogado.
- Consultor en asuntos públicos.
- Diplomado en Relaciones internacionales y estudios sobre seguridad y defensa.
- Experto en Comunicación Corporativa.
- Consultor en Legislación Laboral.
- Profesor de Comunicaciones y Legislación Laboral.

Gonzalo Trillo

- Doctor(c) en Economía y Procesos de Integración, Universitat de Lleida.
- Magíster en Administración de Empresas, Universidad de Santiago.
- Ingeniero Comercial, Universidad Católica del Norte.
- Profesor área Recursos Humanos.

Nota: De esta lista de docentes serán considerados los académicos que dictarán los módulos. A esta nómina se agregarán académicos visitantes tanto nacionales como extranjeros.

CALENDARIO

Módulos Online Videoconferencias.

TITULACIÓN

Diplomado en Dirección Comercial y de Marketing otorgado por la Escuela Europea de Negocios de España.



Padre Mariano 82 / Of. 1303
Providencia / Santiago de Chile

+562 2352 7546

