Curso de Posgrado en

MARKETING

Virtual

UADE

BUSINESS SCHOOL

Curso de Posgrado en

MARKETING

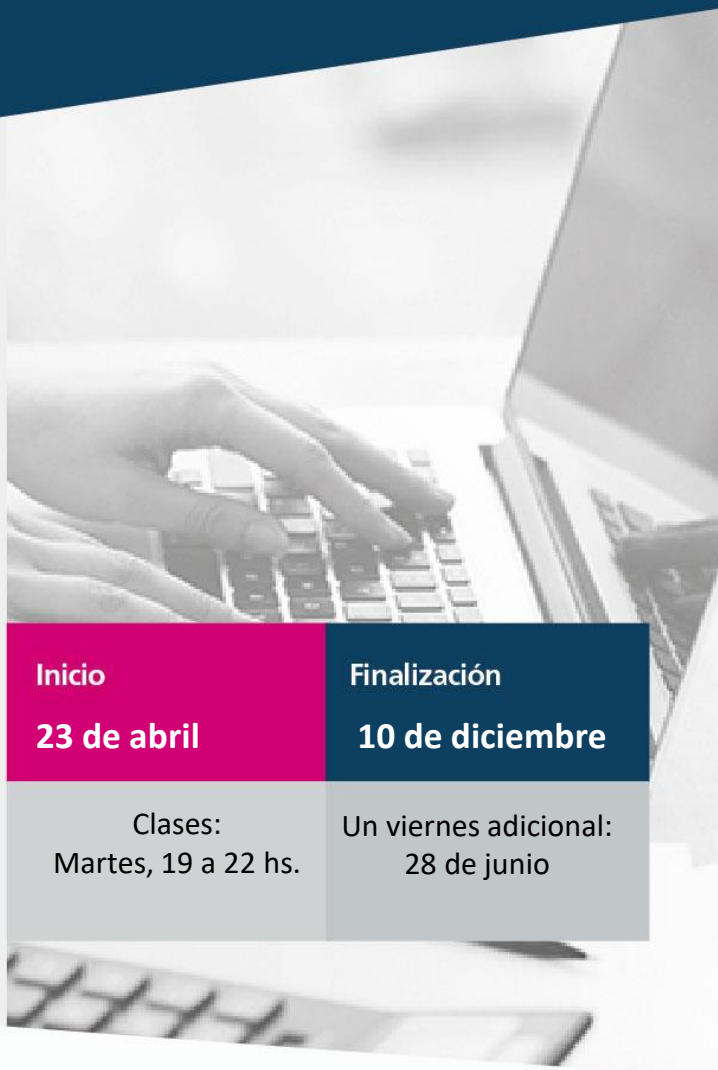
Acerca del programa

En un contexto de negocios en constante cambio, tener y mantener una ventaja competitiva es un desafío permanente para todo tipo organizaciones.

La orientación al mercado es requisito para estas nuevas organizaciones en pos de satisfacer las necesidades de los consumidores.

Los nuevos modelos de negocios centrados en Marketing 5.0 requieren un análisis estratégico del mercado, a fin de tomar las mejores decisiones que impacten positivamente en la creación de valor.

Es así que este programa, busca que los participantes obtengan una comprensión generalizada de las estrategias y tácticas de marketing que le permitan planificar y optimizar los resultados organizacionales en los escenarios volátiles, inciertos y complejos.



Inicio	Finalización
23 de abril	**10 de diciembre**
Clases: Martes, 19 a 22 hs.	Un viernes adicional: 28 de junio

UADE
BUSINESS SCHOOL

Curso de Posgrado en

MARKETING

¿Por qué elegir Educación Ejecutiva en UADE Business School?

- Respaldo de UADE.
- Más de 60 años enseñando gestión de negocios.
- Más de 30 años en la capacitación de líderes y ejecutivos.
- Enseñanza orientada a la Transferencia al Puesto de Trabajo.
- Contenidos asociados a la realidad del participante.
- Desarrollo de mejores prácticas de negocios.
- Toma de decisiones gerencial a través de casos.
- Docentes con vasta experiencia profesional y gerencial.
- Infraestructura edilicia y tecnológica de primer nivel.

Nuestros Valores y Competencias

- Trabajo en Equipo
- Integración
- Empoderamiento
- Responsabilidad Social
- Transformación de la Realidad
- Gestión del Cambio
- Creación de Valor
- Emprendedorismo
- Innovación
- Liderazgo
- Proactividad
- Flexibilidad
- Actualización
- Madurez Emocional
- Legitimación - Toma de Decisiones
- Networking

Curso de Posgrado en

MARKETING

Beneficios que ofrece el Curso de Posgrado en Marketing de UBS

- Potenciar el crecimiento profesional.
- Obtener herramientas para alcanzar el siguiente nivel en la organización.
- Apalancar el crecimiento, desde la planificación estratégica.
- Alcanzar nuevos desafíos, proyectos y responsabilidades.
- Desarrollar el potencial creativo e innovador.
- Desarrollar la capacidad analítica para la toma de decisiones basada en datos.

Curso de Posgrado en

MARKETING

Objetivos del programa

- Potenciar la función Marketing en un entorno volátil, incierto, complejo y ambiguo.
- Desarrollar una visión integral del Marketing integrando herramientas estratégicas y tácticas.
- Facilitar el desarrollo analítico en la toma de decisiones de cara a nuevos mercados.
- Actualizar a los participantes en las últimas metodologías de dirección, organización, implementación y control de las funciones de Marketing.
- Reconocer la importancia de la creación valor para el cliente en pos de una ventaja competitiva sostenible.
- Desarrollar el pensamiento estratégico para la toma de decisiones en base a la gestión de información.
- Considerar a la planificación estratégica como herramienta fundamental en el área de Marketing.

Metodología innovadora de enseñanza

a) Clases sincrónicas semanales con TEAMS, de 3 horas.
Posibilidad de algún encuentro presencial a definir.
b) Foros de análisis, investigación y debate colaborativo de temas (puede ser individual o grupal).
c) Trabajo en Equipo con transferencia al contexto puesto/área/ organización/ sector/industria.
d) Lectura de capítulos de libros, artículos de publicaciones de negocios y notas técnicas.
e) Trabajo Integrador Final.

Destinatarios

El programa está dirigido a jóvenes profesionales – profesionales provenientes de diversas áreas de conocimiento ajenas al Marketing, pero que se desempeñan en el área o están prontos a insertarse en sectores relacionados. También para aquellos cuya función laboral se relaciona o interactúa con esa área y desean adquirir o profundizar conocimientos y herramientas de la disciplina, en forma introductoria, buscando una visión integral, a fin de desarrollar organizaciones Customer Centric.

Curso de Posgrado en

MARKETING

Plan de estudios

Módulo 1 - Introducción General y Plan de Marketing

Las funciones del Marketing en la empresa. El nuevo entorno. Marketing 5.O y los nuevos desafíos.
Business Model Canvas propuesta de valor orientada al cliente. Plan de Marketing. Análisis competitivo. Indicadores para evaluar el desempeño estratégico de la empresa en el mercado. La empresa orientada al Marketing. Variables tácticas y estratégicas.

Módulo 2 - Investigación de Mercados

El Papel de la Investigación de Mercados y los Sistemas de Información. El valor de la investigación en la toma de decisiones y armado de pronósticos de ventas. Brief de investigación. Metodología y análisis cuantitativo y cualitativo. Implicancia en la gestión de la información. Definición del plan de investigación. Fuentes de datos primarias y secundarias. Relevancia de diseño exploratorio, descriptivo y causal. Desarrollo y construcción de instrumentos de recolección de datos. Importancia de la investigación de mercados en un proceso de Design Thinking.

Módulo 3 - Marketing Estratégico

Segmentación evaluación del atractivo y potencial, del segmento de mercado. Posicionamiento. Desarrollo de propuesta de valor. Identificación de grupo estratégico de competencia. Desarrollo de capacidades dinámicas. Ventaja competitiva. Claves del Marketing estratégico. Conducta del Consumidor. Proceso de toma de decisiones de los consumidores. Estrategias genéricas, competitivas corporativas y funcionales. Estrategias de crecimiento. Sistemas de integración. Estrategias de cooperación.

Curso de Posgrado en

MARKETING

Módulo 4 - Estrategia de Producto - Servicio

Productos y servicios. Diferencias entre producto y servicio 4 ps de producto vs 8 ps de servicio. Desarrollo y ejecución de las estrategias de productos y líneas de productos, amplitud, longitud, profundidad de línea. Ciclo de Vida del Producto. Relación del ciclo de vida con las estrategias de Marketing. Estrategia de la mezcla de productos. Brecha de servicio, matriz de evaluación. Gestión estratégica de Marca. Marcas y patentes. La vinculación de la marca con la imagen corporativa y con la estrategia competitiva. Branding. La marca en situaciones de crisis. Nuevos modelos de negocios Plataformas multilaterales, modelos Freemiun, Long Tail.

Módulo 5 - Canales, Trade Marketing. Comunicaciones Integradas de Marketing.

Estrategias de Canales de Distribución. Integración entre clientes, proveedores y socios del negocio. Logística de distribución de productos y servicios. Multicanalidad y Omnicanalidad. Trade. Acciones en el punto de venta. Planificación y acciones dirigidas al intermediario. Material POP.

Comunicaciones integradas de marketing: Instrumentos de la comunicación diferencias entre Publicidad, promoción, Relaciones Publicas y marketing directo. Nuevos soportes y medios tradicionales. Plan de comunicación Integrado. Objetivos, proceso de presupuesto, tipos de publicidades, planificación de medios. Tipos de promociones, destinatarios, beneficios. Publicity, prensa y eventos. Elementos del marketing Directo, marketing de datos. Evaluación de la efectividad.

Módulo 6 - Negocios Digitales

El ecosistema digital. Evolución en el contexto social global y regional. La transformación de los modelos de negocios: desafíos y oportunidades. Los medios tradicionales y las plataformas digitales: cambios en la dinámica de las empresas y consumidores-usuarios. Nuevas tecnologías y tendencias en los negocios web. Comercio electrónico. ZMOT. La nueva forma de tomar decisiones económicas. Impacto del ecosistema digital. Buscadores y su impacto. Quién lidera y por qué. Cómo ser efectivo con SEO y SEM. Mejores prácticas. Caso de negocio. Las redes sociales y su impacto real en el ser humano y los negocios. Principales actores globales y su alcance. Claves para comunicar mejor y escuchar a los consumidores. Desarrollo de una estrategia de contenido. Tipos de contenido y planificación. Inbound Marketing. Qué es el Storytelling de marca. Storydoing.

Curso de Posgrado en

MARKETING

Módulo 7 - Pricing y Análisis Económico - Financiero

Análisis de costos. Relación costo - volumen - beneficio. Estrategias de precios en Marketing. Objetivos y factores a considerar en la fijación de precios. Implicancias de la fijación de precios en la demanda, los costos y mezcla comercial. Análisis Económico – Financiero. Determinación del punto de equilibrio. Indicadores claves de rentabilidad ROA, ROE, ROS y ROI. Valor Económico Agregado. Valor de Mercado Agregado. Evaluación de proyectos de inversión. TIR, VAN y Payback.

Módulo 8 - Taller Integrador en Marketing

Integración de los contenidos vistos en los 7 módulos. Desarrollo y ejecución del plan de Marketing. Establecimiento de los objetivos del plan. Manejo de un análisis situacional. Toma de decisiones. Matrices operativas y modelos de evaluación, aplicación y monitoreo. Tablero de control. Indicadores de desempeño. Análisis de rentabilidad y de productividad. Fases de implementación evaluación y control. Auditoría estratégica

Curso de Posgrado en

MARKETING

Cuerpo docente

MALTAGLIATTI, NANCY

Coordinadora del Curso de Posgrado en Marketing de UADE Business School.
Profesora de Planificación Estratégica. Taller de integración final e Investigación de Mercados y tutora de tesis en UADE Business School.
Doctorando en Administración de Empresas, por la Universidad Católica Argentina.
Magister en Inteligencia de Negocios, UNIR.
Licenciada en Relaciones Públicas, UADE.
Especialista en Marketing Strategies por CUNY, The City University of New York.
Asociada de IM Consumers Intelligence.
Perito Comercial en Arbitraje internacional.

LASTRA, ALEXIS

MBA, UCA. Contador Público Nacional, UBA.
Docente de comportamiento del consumidor, innovación en marketing y planificación estratégica en UADE Business School.
Experto en el desarrollo de modelos de negocio y experiencia del cliente.
Se especializó en modelos de negocios digitales y mercado. Emprendedor, impulsor de startups en los sectores de servicios digitales y tecnología. Asesor de empresas en el desarrollo de nuevas divisiones de negocio, fundador de AMLB2B y socio en Sysmo software.

CLERICI, SANTIAGO

Profesor de Contabilidad Financiera y Plan de Negocios en UADE Business School.
Consultor independiente abocado a la implementación de sistemas de gestión de costos.
Magíster en Dirección de Empresas (UBS)
Contador Público y Lic. en Administración de Empresas

Curso de Posgrado en

MARKETING

Cuerpo docente

IVALDI, LAURA

Profesora de Comunicaciones Integradas de Marketing y Trade en UADE Business School.
Docente Adjunta , UADE.
Doctorando en Administración de Empresas por la Universidad Católica Argentina.
Lic. En Relaciones Públicas, UADE.
Socia de IM Consumer Intelligence. Capacitadora en temas de management en programas de emprendedorismo para el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
Fue Gerente de Marketing Y Publicidad en Diario Crónica.
Desarrolló distintas posiciones en Dpto. de Marketing de Canale- Nabisco- Kraft. (Logística y Trade).
Publica y es consultada habitualmente por medios de comunicación sobre temas de marketing y comunicación.

LAVATE, MARIANELA

Profesora de Negocios Digitales en UADE Business School.
Magister en Ciencia de Datos e Innovación Empresarial.
Licenciada en Ciencias de la Comunicación
Socia de Hula Digital, una consultora especializada en Marketing y Negocios online.
Acompaña a emprendedores y empresas a potenciar sus negocios online. Capacitadora de Buenos Aires Emprende.

ESCOLAR, MARCELA

Master in Business Administration, IAE.
Docente de Costos, Control, Toma de Decisiones en UADE Business School.
Training and Consulting Partner en MAE Consultores.

Curso de Posgrado en

MARKETING

Requisitos de Admisión

- Completar la solicitud de Admisión.
- Presentar Currículum Vitae
- Presentar copia Título de grado. Aquellas personas que no lo posean, recibirán Certificación de Programa Ejecutivo.
- Entrevista de admisión, en caso de ser requerida.

Condiciones de Evaluación y Certificación

Quienes cumplan con el 75% de asistencia al programa y hayan cumplimentado todas las materias, recibirán su certificado de Asistencia.

Quienes además aprueben un Trabajo Integrador Final, recibirán un certificado de Aprobación.

Valor y forma de pago del programa

Consultar a: posgrados@uade.edu.ar

Cursos y programas que no constituyen carreras de posgrado en los términos del Art. 39 de la Ley de Educación Superior Nº 24.521 y de la Resolución Ministerial 160/11.

UADE
BUSINESS SCHOOL

Admisiones de Posgrado
(54-11) 4000-7666
posgrados@uade.edu.ar
www.uade.edu.ar/sites/business-school/capacitacion-ejecutiva/

UADE Business School: Lima 775 (CABA)