

Curso de Posgrado en  
**MARKETING**  
*Virtual*

# 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 de 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**

**18 de abril**

**Finalización**

**5 de diciembre**

Clases:  
Martes, 19 a 22 hs.

Clase adicional:  
Viernes 23 de junio

**UADE**  
BUSINESS SCHOOL

# Curso de Posgrado en MARKETING

## ¿Por qué elegir Educación Ejecutiva en UADE Business School?

- Respaldo de UADE.
- Cerca de 60 años enseñando gestión de negocios.
- 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



# 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.
- Networking
- Alcanzar nuevos desafíos, proyectos y responsabilidades.
- Desarrollar el potencial creativo e innovador.
- Compartir experiencias.



# 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 al toma de decisión en base a la gestión de información

## Metodología innovadora de enseñanza

- a) Clases sincrónicas semanales con TEAMS, de 3 horas.
- 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, que se desempeñan en Marketing o están prontos a insertarse en sectores relacionados o cuya función laboral se relaciona o interactúa con esa área y desean adquirir o profundizar conocimientos y herramientas de la disciplina.

Emprendedores que desean adquirir herramientas estratégicas para potenciar su negocio



# 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 5.0 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 Freemium, 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 Públicas 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 Estrategias comerciales, 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. 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.

### **GIAMMONA, RICARDO**

Docente de Grado, Posgrado e in-Company en UADE y UADE Business School.

Ingeniero Industrial, ITBA (Instituto Tecnológico de Buenos Aires).

MBA orientación Marketing (tesis pendiente) en UB (Universidad de Belgrano)

Capacitaciones en "Liderazgo", "Desarrollo de Categorías", y "Capacitador" en Walmart Bentonville Arkansas, USA

Coordinador del Curso de Posgrado en Dirección de Marketing Estratégico de UADE Business School.

Fue Gerente Comercial y Gerente eCommerce en Walmart Argentina.

Desarrollo distintas posiciones en departamentos Comerciales y de Marketing en Trenes Argentinos, Auchan, New Balance, Umbro, Dufour.

Fue Miembro de Academia de Formación Interna de Walmart

### **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 Fundación UADE

Doctorando en Administración de Empresas por la Universidad Católica Argentina.

Lic. En Relaciones Públicas por Fundación 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.

Desarrollo 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.

# Curso de Posgrado en MARKETING

## Requisitos de Admisión

- Completar la solicitud de Admisión.
- Presentar Currículum Vitae
- Presentar copia Título de grado.
- Entrevista de admisión, en caso de ser requerida.

## Condiciones de Evaluación y Certificación

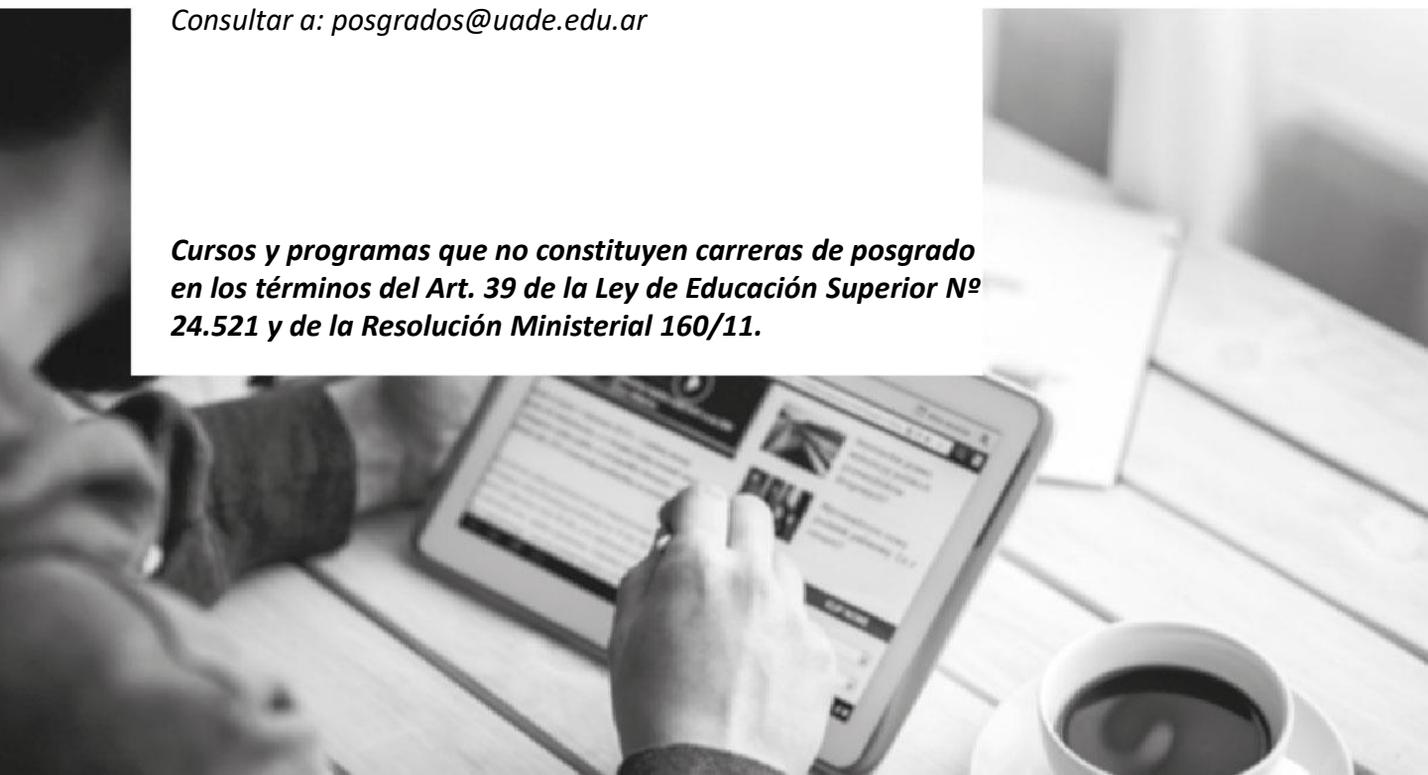
Quienes cumplan con el 75% de asistencia al programa y hayan cumplimentado todas las materias, recibirán su certificado de Asistencia.

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](mailto: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 N° 24.521 y de la Resolución Ministerial 160/11.***





# UADE

BUSINESS SCHOOL

Admisiones de Posgrado

(54-11) 4000-7666

[posgrados@uade.edu.ar](mailto:posgrados@uade.edu.ar)

[www.uade.edu.ar/sites/business-school/capitacion-ejecutiva/](http://www.uade.edu.ar/sites/business-school/capitacion-ejecutiva/)



UADE Business School: Lima 775 (CABA)