



Curso de Posgrado en  
**MARKETING**

**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 de empresas. Es necesario orientarse al mercado y satisfacer las necesidades de los consumidores y clientes y prepararse para desarrollar y ejecutar estrategias en las organizaciones. El marketing implica analizar estratégicamente el mercado: competidores, clientes, contexto, para luego tomar las mejores decisiones que impacten positivamente en la rentabilidad. Así, este programa, busca que los participantes obtengan una comprensión generalizada de las estrategias y tácticas de marketing logrando crear un mix comercial idóneo para optimizar los resultados organizacionales en los escenarios que se presenten.



**Inicio**

**Abril 2022**

Clases:  
Martes, 19 a 22 hs.

**Finalización**

**Noviembre 2022**

Clase adicional:  
1 viernes de junio

**UADE**  
BUSINESS SCHOOL

# Curso de Posgrado en MARKETING

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

- Respaldo de UADE.
- Más de 57 años enseñando gestión de negocios.
- 28 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.



# Curso de Posgrado en MARKETING

## Beneficios que ofrece el Curso de Posgrado en Marketing de UBS

- Mejorar el perfil profesional.
- Obtener herramientas para alcanzar el siguiente nivel en la organización.
- Superarse personal y laboralmente.
- Apalancar el crecimiento.
- Alcanzar nuevos desafíos, proyectos y responsabilidades.
- Desarrollar el potencial creativo e innovador.



# Curso de Posgrado en MARKETING

## Objetivos del programa

- Comprender el rol del Marketing en la actualidad.
- Desarrollar una visión integral de la gestión del Marketing.
- Formar y actualizar a los participantes en las últimas metodologías de dirección, organización, implementación y control de las funciones de Marketing.
- Comprender cómo crear valor para el cliente y lograr una ventaja competitiva sostenible.
- Integrar nuevos conceptos y técnicas de gestión del Marketing.
- Ejercitar sus aptitudes para la toma de decisiones de Marketing.

## Destinatarios

El programa está dirigido a jóvenes 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.

## Metodología innovadora de enseñanza

- a) Foros de análisis, investigación y debate colaborativo de temas (puede ser individual o grupal).
- b) Trabajo en Equipo con transferencia al contexto puesto/área/ organización/ sector/industria.
- c) Lectura de capítulos de libros, artículos de publicaciones de negocios y notas técnicas.
- d) Trabajo Integrador Final.



# 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. Descripción de las condiciones macro y microeconómicas. Valor, Calidad y Satisfacción del Consumidor. Cadena de Valor. Plan de Marketing. Análisis competitivo. Indicadores para evaluar el desempeño estratégico de la empresa en el mercado. La empresa orientada al Marketing.

### **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 de Marketing y Publicidad. Relación de variables dependientes e independientes. Brief de investigación. Análisis cuantitativo y cualitativo. Definición del plan de investigación. Fuentes de datos. Metodologías, diseños, técnicas e instrumentos de investigación.

### **Módulo 3 - Marketing Estratégico**

Segmentación y Posicionamiento. Claves del Marketing estratégico. Medición del mercado. Evaluación del atractivo y potencial, del segmento de mercado. Elaboración de objetivos y estrategias. Métodos para posicionar el producto. Conducta del Consumidor. Análisis del mercado de Consumo y Corporativo. Proceso de toma de decisiones de los consumidores. Estrategias y Ventajas Competitivas. Estrategias de crecimiento. Estrategias genéricas. 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.

## **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.

# Curso de Posgrado en MARKETING

## **Módulo 6 - Negocios Digitales**

El ecosistema digital. Evolución en el contexto social global y regional. Los medios tradicionales y los nuevos medios digitales y su relación con las personas. Las redes sociales/humanas. Impacto económico y empresarial. 5G: qué es e impacto en la economía. Tendencias.

Comercio electrónico. ZMOT. La nueva forma de tomar decisiones económicas. Impacto del ecosistema digital. 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. Caso de negocio.

Buscadores y su impacto. Quién lidera y por qué. Cómo ser efectivo con SEO y SEM. Mejores prácticas.

## **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

### **CASTIGLIONI, DAVID**

Profesor de Marketing Digital en UADE Business School.

MBA ESEADE. Posgrado en Gerencia y Negocio de la Universidad de San Andrés.

Ingeniero en Electrónica UTN.

Ocupó el cargo de Head of Front Office de Havas Media Group.

Fue Gerente General de Microsoft Advertising para Hispanoamérica, Radio La Red, del Grupo América TV de Argentina.

Se ha desempeñado como Director de la Unidad de Negocio: Observación de la Tierra de Telespazio (Grupo Finmeccanica Italia y Alcatel Francia). Director General de UOL Argentina y Director de Desarrollo de Negocios & Marketing de UOL Internacional.

En Telecom Argentina ocupó el cargo de Director de Marketing de Telecom Soluciones.

Jurado de Media en Cannes Lions 2013

Coautor del libro "Mejor Marketing". Actualmente es Country Manager para South Latam de Clever Services

### **GIAMMONA, RICARDO**

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

Ingeniero Industrial en I.T.B.A. (Instituto Tecnológico de Buenos Aires)

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

Cursos de capacitación de "Liderazgo", "Negociación" y "Pensamiento Estratégico" en IAE Business School

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

Capacitaciones en "Formación de Formadores" y en Alcampo Madrid España

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

# Curso de Posgrado en MARKETING

## Cuerpo docente

### **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

### **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.

### **MALTAGLIATTI, NANCY**

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 por la Fundación UADE.

Especialista en Marketing Strategies por CUNY, The City University of New York.

Asociada de IM Consumers Intelligence.

Perito Comercial en Arbitraje internacional.

# 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)