

Diplomado en Marketing, Herramientas Digitales y Ventas

“Los cambios socioculturales, los avances tecnológicos y los desafíos medioambientales han impulsado un entorno dinámico, donde los consumidores son más demandantes y exigentes en su relación con las empresas. A ello, se suma un contexto macroeconómico incierto que impacta en el comportamiento de compra de los consumidores. Además, el involucramiento de las personas en los retos medioambientales exige a las empresas no sólo una comunicación efectiva, sino también a una conducta veraz en su compromiso con el entorno. En este escenario, la gestión de los clientes a través del marketing y las ventas es un desafío constante para ser competitivo en el mercado y satisfacer sus necesidades. Las herramientas comunicacionales y digitales serán claves para establecer y optimizar cada punto de contacto con los consumidores y generar un vínculo con ellos, siendo fundamental una correcta comprensión de su comportamiento, la administración de los recursos y la ejecución de los medios donde se interactúe con los consumidores. Esto considerando la evolución permanente tanto de las plataformas que generan una gran cantidad de estímulos comunicacionales como la respuesta comportamental de los usuarios. Enfrentar adecuadamente estos desafíos marcará la diferencia a la hora de responder de forma efectiva, eficiente y sostenible en un mercado cada vez más demandante.”

Diplomado en Marketing, Herramientas Digitales y Ventas

OBJETIVO

El programa contribuye a desarrollar una mirada integral sobre el marketing, las herramientas digitales y las ventas, entregando herramientas de gestión aplicadas para el diseño de estrategias y el análisis de datos que permitan gestionar los cambios del entorno y las nuevas tendencias, con una perspectiva omnicanal y una mirada sostenible.

DIRIGIDO A

- Ejecutivos que se desempeñan en áreas comerciales y tienen bajo su responsabilidad: producto, líneas de productos, servicios, desarrollo de marcas, en distintos canales, tipos de mercado.
- Personas que han iniciado procesos de emprendimiento y requieren un conocimiento integrado para el desarrollo de un plan de marketing, herramientas digitales y ventas.
- Profesionales que quieran insertarse en el campo laboral de marketing y ventas, y buscan conocimiento teórico-práctico para desarrollarse con plenitud en el área.
- Profesionales de otras industrias que buscan herramientas para 1) mejorar el desarrollo del marketing en sus organizaciones, negocios y/o emprendimientos, 2) desarrollar herramientas para potenciar la comunicación y las ventas de sus organizaciones, negocios y/o emprendimientos.

**Nota relevante: No es necesario que los estudiantes cuenten con un background específico en marketing y/o ventas, ya que se desarrollará un curso de nivelación - introducción durante el primer módulo.*

ACADÉMICOS

Francisco Villegas Pinuer

PhD in Entrepreneurship and Management,
Universidad Autónoma de Barcelona.

Sabrina Muñoz Gómez

Executive Master in Marketing & Sales,
ESADE/SDA Bocconi, España/Italia.

Javiera Ruz Carreño

Magíster en Marketing, Universidad de Chile.

Daniela Núñez Garcés

Magíster en Marketing, Universidad de Chile.

Claudio Carvajal Domínguez

MBA, Tulane University.

Daniel Santibáñez Boric

Msc en Marketing.

Francisca Araya

Msc en Desarrollo Internacional, Institut
Barcelona D'estudis Internacionals (Ibei).

Marcelo Parra

Msc en Marketing.

Carina Sfeir

MBA, ESE Business School.

Patricia Silva

MBA, Pontificia Universidad Católica de
Chile.

Diplomado en Marketing, Herramientas Digitales y Ventas

CONTENIDOS

- 1. Introducción al marketing:** Generar una visión sobre el marketing y las ventas, que permite distinguir los conceptos fundamentales para el desarrollo de estrategias y tácticas efectivas.
- 2. Investigación de mercados:** Comprender las fases y métodos de una investigación de mercados, los tipos de instrumentos cualitativos y cuantitativos para el proceso de recolección de datos y diferentes herramientas para el análisis de datos, con el uso del software Exploratory.
- 3. Segmentación de mercados:** Diseñar un proceso de segmentación tanto conceptual como práctico, aplicado al ámbito organizacional en contextos negocios tanto Business-to-consumer (B2C) como Business-to-business (B2B).
- 4. Gestión del marketing operacional:** Desarrollar las herramientas del marketing mix: precio, producto, comunicación y distribución de manera efectiva en el desarrollo de estrategias de marketing a nivel organizacional.
- 5. Branding y posicionamiento:** Construir una arquitectura de marca para el desarrollo e implementación de estrategias organizacionales que permitan potenciar el relacionamiento con el cliente.
- 6. Comunicación y expresión oral:** Desarrollar mejoras en la comunicación no verbal, identificando el cuerpo, la voz, y el manejo del espacio como herramientas para el desarrollo de las habilidades interpersonales.
- 7. Digital marketing y data management:** Crear, implementar y medir estrategias de marketing digital alineadas a los objetivos requeridos por las organizaciones.
- 8. Experiencia de clientes y omnicanalidad:** Identificar los vectores claves de la experiencia de clientes para desarrollar estrategias de relacionamiento, a través de herramientas como el customer journey.
- 9. Gestión de ventas:** Comprender las etapas del proceso de venta para diseñar un plan que permita gestionar sus recursos, capacidad, actividades y puntos críticos.
- 10. Sostenibilidad medioambiental: Gestión y comunicación:** Comprender los diferentes aspectos de la sostenibilidad medioambiental que afectan el desarrollo del negocio para diseñar estrategias comunicacionales medioambientales de manera efectiva hacia los distintos stakeholders de una organización.
- 11. Presentación plan de marketing, herramientas digitales y ventas:** Presentaciones finales del plan de marketing, herramientas digitales y ventas frente a una comisión evaluadora.

INFORMACIÓN GENERAL:

Horario:
Lunes y miércoles de 18:30 a 21:30 hrs.

Duración:
7 meses.

Modalidad:
Clases online – en vivo.

Arancel:
\$2.000.000.

Contacto:
Rosita Díaz
rosita.diaz@udp.cl

Más Información en:
postgradosfae.udp.cl

La Universidad se reserva el derecho de realizar cambios en el cuerpo docente, orden de cursos, o en la malla curricular, resguardando el aprendizaje de los participantes.