

JAVERIANA
ES MÁS



Diplomado Marketing estratégico



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali

Centro de Consultoría
y Educación Continua

[VIGILADA MINEDUCACIÓN Res. 12220 de 2016]



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali

Centro de Consultoría
y Educación Continua

[VIGILADA MINEDUCACIÓN Res. 12220 de 2016]

LinkedIn



En el contexto mundial, las redes sociales, los contenidos digitales, los teléfonos inteligentes y sus aplicaciones, la globalización y el nuevo rol que juegan los consumidores en su relación con las empresas han impulsado una revolución en el mundo del marketing. Esta consiste en comprender mejor cuáles son las nuevas propuestas de valor que esperan los consumidores y su búsqueda de un mundo mejor para promover un consumo más consiente.

Desde ese punto de vista, los cambios en el mundo han llevado a reinventar la función del mercadeo como respuesta a una mayor conciencia de consumo por parte del mercado y a su expectativa de innovación permanente en productos, servicios y procesos.

Las organizaciones se han tenido que reinventar en este nuevo contexto y los profesionales del marketing están abocados a profundizar en el conocimiento de esas nuevas tendencias para lograr orientar a la empresa hacia el mercado; conocer las necesidades y las expectativas de sus clientes, e implementar estrategias acertadas relacionadas con sus productos, servicios, los precios, la gestión de marca, las comunicaciones, las promociones y el manejo de los canales de distribución bajo los nuevos desafíos del mercado. Todo lo anterior se evidencia en la planeación e implementación de un programa de marketing estratégico para una empresa o una idea de negocio.



Duración

100 horas

[LinkedIn](#)



Logros

- ✓ Conocer tendencias en la dirección y aplicación del mercadeo estratégico.
- ✓ Identificar las características de los clientes en un mercado.
- ✓ Conocer las principales herramientas para la investigación de mercados.
- ✓ Definir estrategias acordes con expectativas del cliente innovando en productos y servicios, canales de distribución, comunicaciones.

Dirigido a:

Profesionales y ejecutivos de áreas administrativas y de negocios que estén en proceso de formación y de actualización tales como gerentes, jefes, analistas y asistentes comerciales y de mercadeo, además de empresarios y profesionales de áreas no relacionadas con el mercadeo, y personas que por su actividad laboral o independiente requieran formarse en mercadeo estratégico

[LinkedIn](#)



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali

Centro de Consultoría
y Educación Continua

[PROGRAMA MERCADO ESTRATEGICO] [2024-2025]

Contenido

2 **Direccionamiento estratégico en marketing**

Cadena de valor.

Impacto del entorno en la estrategia de negocio

Planeación estratégica

Evaluación del proceso de planeación

3 **Inteligencia de negocios**

Tendencias en la investigación de mercados y sus aplicaciones

El proceso de investigación de mercados

Inteligencia de negocios en marketing

Análisis de datos de marketing

1 **Marketing en el contexto actual**

Contexto actual del consumidor

Nuevas realidades para el ejercicio del mercadeo

Desafíos para la estrategia competitiva

Componentes de la estrategia de mercadeo

4 **Creación de valor a través de productos y/o servicios**

Importancia de innovación en la propuesta de valor

Desarrollo y diseño de un producto y/o un servicio

Posicionamiento en un mercado

Decisiones estratégicas de tangibles e intangibles.

[LinkedIn](#)



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali

Centro de Consultoría
y Educación Continua

[PROGRAMA DE MARKETING EN EL 2024-2025]

Contenido

5

Entrega a través de canales digitales y físicos

Conceptos básicos de la selección y administración de los canales de distribución.

Estrategias de distribución.

La gestión logística en los canales de distribución colombianos.

Multi-channel, omnichannel y omni commerce

6

Comunicaciones en medios digitales y convencionales

La marca hoy, atributos y beneficios.

Arquitectura de marca, estrategia de marca, identidad de marca.

Comunicación de marca en punto de venta, marketing viral y marketing móvil.

Material POP

7

Marketing digital y social media

Cómo hacer marketing en un mundo digital

Midiendo la efectividad del marketing digital

SEO/SEM y analítica

Videomarketing

Social media marketing

8

Plan de marketing estratégico

Gestión estratégica de negocios

Definición de clientes

Análisis de los mercados

Estrategias de marketing

[LinkedIn](#)



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali

Centro de Consultoría
y Educación Continua

[PROGRAMA DE MARKETING] 2024-2025

Metodología

La metodología está diseñada para impartirse de manera digital, presencial o mixta (blended), buscando con los apoyos metodológicos utilizados que el participante desarrolle competencias de acuerdo a los objetivos del programa. Para ello se incluyen:

Encuentros sincrónicos con profesores expertos.

Discusiones e intercambios de experiencias.

Ejercicios y simulaciones en clases

Lecturas relacionadas con los temas del diplomado.

Desde el inicio del diplomado, los estudiantes desarrollan un trabajo integrador de mercadeo aplicado a un producto o servicio de una empresa o de una idea de negocio, el cual será revisado y retroalimentado en la medida que avanza el diplomado.



Contáctanos

 [Linkedin](#)
[@javerianacali](#)

 + (57) 310 4994 392

 formacion@javerianacali.edu.co