



Aprendizaje
Continuo



VIGILADO MINEDUCACIÓN

Diplomado

MARKETING INTEGRAL

Con el **CESA** aprende a lo **largo de tu vida**.



En el Cesa conoce los conceptos básicos del mundo del marketing.

DIPLOMADO EN MARKETING INTEGRAL

Modalidad

Semipresencial

Duración

81 horas

Metodología

Online en vivo, con el uso de herramientas pedagógicas prácticas y didácticas. Realización de un estudio de caso como proyecto final.

Certificaciones

Insignia Digital*

Certificado de asistencia

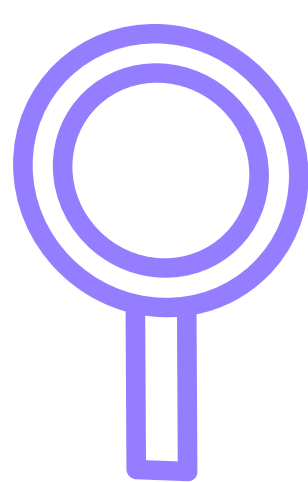
Al aprobar el proyecto final del diplomado, obtendrás una certificación emitida por el CESA, que acredita y certifica tus competencias y habilidades en Marketing Integral.



Este diplomado es una inmersión al mundo del mercadeo contemporáneo, partirás desde lo fundamental y desarrollarás las habilidades necesarias para construir una **estrategia de marketing orientada al entendimiento del mercado**, que te permitirá **sobresalir e impactar** en el mundo evolucionado de hoy.

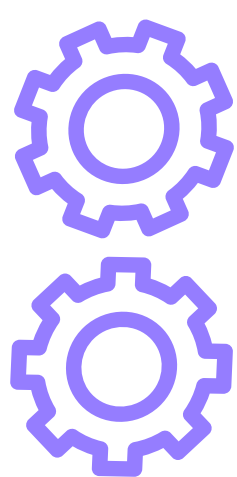
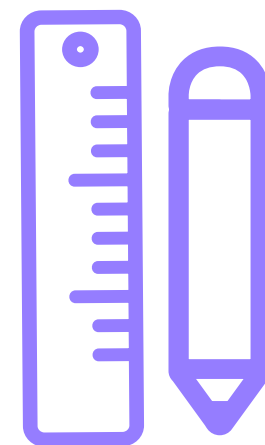
¿QUÉ LOGRARÁS CON EL DIPLOMADO?

Interpretación y Análisis del Marketing como proceso de gestión de valor.



Identificación de variables del entorno y ecosistemas que influyen en el comportamiento del consumidor.

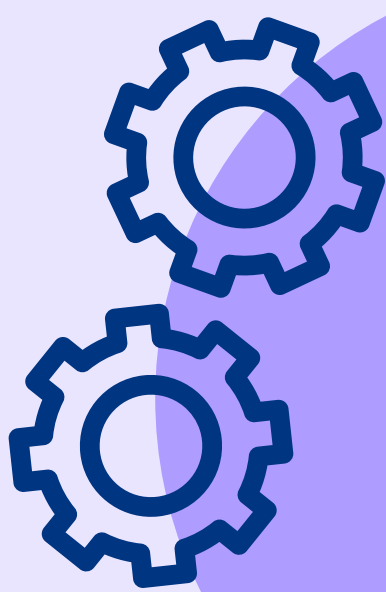
Integración de Conocimientos para la toma de decisiones en empresas orientadas al mercado.



Análisis y relación de pilares del marketing contemporáneo y herramientas STPME.



¿QUÉ COMPETENCIAS Y HABILIDADES DESARROLLARÁS CON ESTE DIPLOMADO?



Data driven:

- Toma de decisiones basada en datos
- Resolución de problemas
- Comunicar con datos
- Recopilación de datos
- Interpretación



Creatividad:

- Generación y selección de ideas
- Experimentación
- Observar el entorno
- Diseñar estrategias



Solución creativa de problemas:

- Desarrollar diferentes tipos de pensamiento
- Liderar equipos
- Analizar información
- Tomar decisiones
- Generar soluciones creativas e innovadoras



¿POR QUÉ DEBERÍA HACER ESTE DIPLOMADO?

Las estrategias de marketing:

Proporcionan a las organizaciones una ventaja sobre sus competidores.

Optimizan el uso de recursos de las campañas de publicidad.

Define acciones y las etapas para llevarlas a cabo.

¿PARA QUIÉN ES EL DIPLOMADO?



Profesionales de cualquier área, que estén interesados en adquirir conocimientos para el entendimiento del mundo del marketing, o, que tengan como propósito aprender a formular la estrategia de marketing para una empresa o emprendimiento, en relación a sus objetivos y procesos.

¿CUÁL ES EL CONTENIDO DEL DIPLOMADO?

Módulo I.

El mercado y el consumidor.

- Que es el mercado y sus componentes.
- El consumidor, el comprador, el ciudadano digital, el influenciador y sus estados de necesidad.
- Insights y comportamiento del consumidor.
- Las generaciones Baby boomers, X; Y (millennials); Z (centennials), alpha.
- El entorno y sus características, análisis situacional.
- La segmentación y el targeting.
- Mapa de experiencias.
- Ciclo de vida de consumidor. CLV.
- Los sistemas de información de mercado.

Módulo II.

Conceptos del marketing y su aporte a los negocios.

- El marketing y su alcance.
- Las organizaciones orientadas al mercado.
- La estrategia, los objetivos genéricos y el marketing.
- Las P's estratégicas; posicionamiento, proposición de valor, portafolio.
- El marketing como proceso del modelo de negocio.
- El proceso de compra y uso.
- Enfoques del marketing. Marketing 1.0, 2.0, 3.0, 4.0, 5.0.

Módulo III.

Pilar I: Crear.

- Desarrollo de producto. La P de producto.
- Diseño del relacionamiento a partir de la descripción del mapa de experiencias.
- Los servicios y la experiencia del cliente.
- La innovación y el marketing.
- WEB 3, Las plataformas digitales y el metaverso.



Módulo IV.

Pilar II: Comunicar.

- La P de promoción.
- La P de la percepción.
- La P del posicionamiento.
- Creatividad, branding & posicionamiento.
- Las I's de las marcas: identidad, imagen, integridad.
- Arquitecturas de marca y embudo de marca.
- Proceso de comunicación.
- El ecosistema digital y sus componentes como instrumentos para conversar (Motores de búsqueda, redes sociales, páginas propias, blogs, plataformas, aplicaciones, etc.)
- Las M's: motivación, mensaje, Medios, magnificación.
- Sistemas de medición de salud de marca.

Módulo V.

Pilar III: Intercambiar.

- El valor y su creación.
- La P de precio. El precio como momento de verdad.
- Proceso de definición de precio de un producto o servicio.
- Los medios de intercambio y formas de pago.
- Variables para analizar y tomar decisiones de precio.
- El abordaje al mercado y la política de precio.
- Los márgenes en la ruta al mercado (RTM) y la ruta de compra (RTP).

Entiende el **mercadeo contemporáneo.**

Módulo VI.

Pilar IV: Entregar.

- Las intenciones de consumo y compra.
- Las misiones de compra y las ocasiones de compra que las impulsan.
- Los canales y sus actores.
- Las rutas de compra (RTP) y rutas al mercado (RTM).
- El ecosistema integral como medio de comercialización.
- Las funciones básicas de los canales; disponibilidad, visibilidad y accesibilidad.

Módulo VII.

Las capacidades y habilidades de una organización orientada al mercado.

- Concepto de “Data driven marketing”.
- Los ecosistemas de fuentes de datos.
- CRM System (engagement, conversations).
- Digital ecosystem (traffic, conversations, behaviour, role).
- WEB traffic.
- Searching engines.
- Applications.
- Blogs.
- Social networks.
- Platform.
- IoT.
- Media.
- Transactional process.
- Channels (POS, digital & brick and mortar).
- Concepto “Agile marketing”.
- Los elementos que hacen una organización ágil para un mundo VUCA.
- Análisis en tiempo real.
- Construcción de equipos descentralizados.
- Plataforma de desarrollo de P/S flexibles y colaborativas.
- Métodos concurrentes.

- Experimentación rápida e iterativa.
- Innovación abierta.
- Sistema de gestión integrado.

Módulo VIII.

Las aplicaciones del marketing desde la tecnología.

- La predicción para anticiparse como factor clave de éxito, modelos predicting marketing.
- La identificación, el perfilamiento, la personalización de la relación entre cliente y marca para tener una conversación inteligente. Contextual marketing.
- La programación, automatización de herramientas tecnológicas que soporten el proceso comercial. Augmented marketing.

Taller de Aplicación I.

Poniendo los pies sobre la tierra.

- Describiendo el mercado donde se va a competir desde la oferta y la demanda.
- Definiendo el nivel de la habilidad de marketing (1.0, 2.0, 3.0, 4.0, 5.0).
- Describiendo el modelo de negocio.
- Describiendo desde el Direccionamiento estratégico la empresa, La unidad de negocio, la marca.

Taller de Aplicación II.

Realizando el Diagnóstico del mercado de su atraktividad y de la habilidad para ganar.

- Validando las tendencias del entorno que influyen en el negocio.
- Auditando la segmentación, el posicionamiento, la percepción de marca.
- Revisando el mapa de experiencias.

Conoce el marketing STPME:
Segmentación, targeting,
posicionamiento y mapa de
experiencia.

- Desempeño actual. Cumplimiento de los objetivos.
Verificar tableros de control utilizados.
- La participación de mercados.
- El crecimiento.
- La rentabilidad.
- El posicionamiento.
- La sostenibilidad.
- Identificar y auditar la ejecución de los pilares de acción.
- Revisar las capacidades de ejecución de la compañía versus Los factores claves de éxito del mercado
- Definiendo los GAP'S
- Describiendo la oportunidad.

Taller de Aplicación III:

Formulando la estrategia (pilares de acción).

- Validando la unidad de análisis y la oportunidad.
- Construyendo un flujo de ingresos proyectados por escenarios.
- El marketing y la definición de una estrategia.
- Los objetivos de resultado y proceso.
- Proposición de valor.
- Posicionamiento competitivo.
- El portafolio y el rol de la marca en él.
- Tipos de abordaje al mercado.
- Definición de los pilares de acción.

Taller de Aplicación IV.

Asignando recursos y validando capacidades

- Construcción de un plan de actividades para cada pilar de acción.
- Definición de cronograma del periodo de planeación.
- Definiendo las responsabilidades y roles dentro de la ejecución.
- Valorizar la inversión de las actividades.
- Priorizar mediante relación costo-beneficio.
- Definiendo el tablero de control para el seguimiento.

¿QUIÉNES SON LOS EXPERTOS DOCENTES?



**Gabriel Jaime
García**

Ingeniero electricista, especialista en gerencia de mercadeo de la universidad EAFIT y MBA Executive de la Universidad de los Andes. En su trayectoria profesional, ha ocupado cargos gerenciales y de dirección en mercadeo y comunicaciones en empresas como Nestlé, LATAM SABMiller, Bavaria, entre otras.



**Paula
Gaviria**

Comunicadora y Relacionista Corporativa, Especialista en Innovación Tecnológica y Master Psicología del Consumidor. Speaker de Tecnología & Innovación, Docente, Blogger y Líder Digital. Woman to Watch 2016. En sus 15 años de experiencia en marketing digital en Latinoamérica ha trabajado con grandes marcas regionales y globales.



**Xavier
Serrano**

Licenciado en economía y marketing, MIS y MBA. Último programa: programa de Harvard Gestión CEO / Aden (2010). CEO - Geometry Global una compañía WPP. Profesor en los programas de postgrado En el Cesa y otras universidades del país. Entre algunos reconocimientos incluye jurado en festivales creativos como Wave, Ojo de Iberoamérica y otros. Algunos premios de la agencia incluyen Cannes, Ojo, El Dorado, Ola, Lápiz de Acero entre otros.



**César
Trujillo**

Fundador, socio y Country Manager de Soho UX en Colombia, empresa de Consultoría en Experiencia de Usuario y Metodologías ágiles e innovación con oficinas en Chile, Uruguay, Panamá y Colombia. Máster de Innovación y Emprendimiento de la Universidad de Barcelona / OBS Business School, Especialista en Gerencia de Diseño de la Universidad Jorge Tadeo Lozano y artista plástico de la Universidad de Los Andes.



¿QUIERES REFORZAR TUS CONOCIMIENTOS?

Por tomar este programa tienes la posibilidad de complementar tus conocimientos con otros contenidos seleccionados para ti.



Crehana



**Virtual
CESA**

¿POR QUÉ EL CESA?



Certificado con Sello CESA de calidad:

Obtén un reconocimiento oficial de la calidad de tu formación.

Posibilidad de homologación con Maestrías CESA:

Abre la puerta a la homologación con nuestras Maestrías CESA para potenciar aún más tu desarrollo académico.

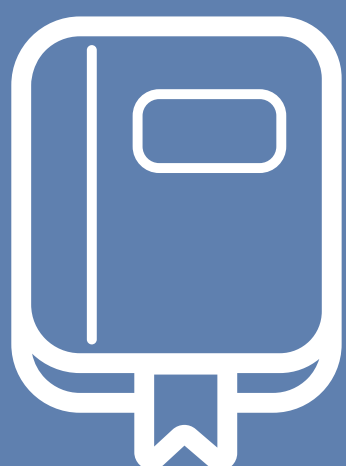


Espacios de networking virtuales y presenciales:

Conéctate con profesionales del sector tanto en entornos virtuales como en eventos presenciales.

Docentes expertos de la industria:

Aprende de profesionales con experiencia real en la industria, garantizando la relevancia y aplicabilidad de tus conocimientos.



Experiencia de aprendizaje personalizada:

Adapta tu proceso de aprendizaje según tus necesidades, garantizando una experiencia educativa única.

Recomendaciones Personalizadas:

Recibe orientación sobre otros programas o rutas de aprendizaje que te ayudarán a elevar tu perfil a un nivel superior.



Acceso a cursos complementarios de CREHANA:

Amplía tus habilidades con cursos adicionales de nuestra plataforma asociada CREHANA.



Aprendizaje Continuo



VIGILADO MINEDUCACIÓN

Para mayor información escríbenos a nuestra línea de  **WhatsApp**

315 419 1199



[cesa.edu.co](https://www.cesa.edu.co)



CESA



[CESA_edu](https://www.instagram.com/CESA_edu)



[cesa_edu](https://twitter.com/cesa_edu)

