

MARKETING Y VENTAS

GERENCIA DE MARKETING

DESCRIPCIÓN GENERAL

El marketing es un proceso por el cual la empresa de una manera rentable crea valor y satisfacción en el consumidor. Esta orientación es válida en cualquier situación de mercado, y con mayor razón en un contexto de cambios cada vez más rápidos, con mayor competencia y con clientes cada vez más exigentes y fragmentados, como es el caso del mundo de hoy.

Este es un curso sobre el análisis y el planeamiento de marketing. El curso está focalizado en el desarrollo de habilidades para la identificación de problemas, un adecuado análisis cuanti-cualitativo, elaboración de propuestas de solución innovadoras para una oportuna toma de decisiones, el manejo de la estrategia y la táctica del Mix de Marketing para crear valor al cliente, capturar valor del mercado en forma sostenida y en un marco de responsabilidad social y ética empresarial.

DIRIGIDO A

A profesionales de las áreas de marketing, ventas, publicidad, investigación de mercados y de las comunicaciones en general que busquen resultados eficientes utilizando conocimientos de marketing estratégico y operativo. También a profesionales que quieren conocer la disciplina e incursionar en el área de marketing

OBJETIVO

Objetivo General:

Desarrollar las habilidades necesarias para la definición de problemas, toma de decisiones y planeamiento de estrategias de marketing estratégico y operativo, enmarcadas en un proceso estructurado de marketing

Objetivos específicos:

- Reconocer las variables generales que influyen en la elaboración de estrategias de marketing.
- Identificar los aspectos del ambiente en que se realiza la función de marketing.
- Identificar las variables del mix de marketing y su implementación dentro de la organización.
- Definir la oportunidad de mercado, diseñar la estrategia y elaborar el plan de marketing que guiará los esfuerzos de la empresa.
- Conocer los principios de la responsabilidad social y la ética empresarial aplicados al Marketing.

METODOLOGÍA

La metodología de enseñanza es eminentemente práctica y aplicada. Busca promover la participación activa del estudiante durante el desarrollo de las sesiones, desarrollo de trabajos aplicativos, los controles de lecturas y las discusiones acerca de temas propuestos en cada sesión.

Se busca que los participantes interactúen entre sí mediante dinámicas y discusión de casos compartiendo experiencias y enriqueciendo su red de contactos.

TEMARIO

- Creación de Valor
- Seleccionando los consumidores
- Gestionando los productos y marcas
- Gestionando los consumidores y su rentabilidad
- Capturando valor
- Saliendo al mercado
- Comunicando la propuesta de valor

EXPOSITOR

Ricardo Alcázar

Es egresado del Doctorado en Gestión de Empresas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima-Perú; MBA por la Université du Québec á Montreal, Canadá (UQAM), distinguido con honores.

En el ámbito laboral, ha sido Gerente General y Vendedor de Frutaroma del Perú SAC, subsidiaria de la chilena CRAMER de sabores y fragancias desde 1992 por más de 15 años y en el mismo rubro, fue Director Comercial de la venezolana F& F Callizo and Sons SAC por 4 años hasta el 2010. También viene ejerciendo la Docencia Universitaria a tiempo parcial desde hace más de 12 años, en la especialidad de Marketing Internacional y Liderazgo, con énfasis transversal en la innovación y el emprendimiento en varias Universidades del Perú, a nivel pre y posgrado.

En el ámbito gremial empresarial, ha sido Director de la Cámara de Comercio de Lima en dos períodos (2010-2012 y 2001-2003), y de la Cámara de Comercio Peruano Chilena. Como Past Director de la CCL es miembro de la Comisión de Innovación, Ciencia y Tecnología de la CCL; Presidente del Comité Normalización Técnica de Gestión de I+D+i de Indecopi y representante ante Concytec para el Programa Nacional de Innovación. Fue Miembro de la Comisión que elaboró el Plan Estratégico Nacional de Exportaciones (PENX) del MINCETUR, representando a la CCL en el 2003. Conferencista internacional por la CCL en el Congreso de Cámaras latinas en USA y en el Consejo Empresarial Andino de la CAN. También, ha sido Jurado del Premio Iberoamericano a la innovación y el emprendimiento 2010, 2011, 2012 y 2013, organizado por la SEGIB, Secretaria General Iberoamericana.

Actualmente es Profesor y Jefe del Área Académica de Marketing, Emprendimiento y Responsabilidad Social en CENTRUM Católica Graduate Business School, Consultor de Innovación y Miembro del Consejo Directivo de TACNA INNOVA, institución Triple hélice para la innovación y emprendimiento de la Región Tacna.

DURACIÓN: 24 HORAS

DÍAS: VIERNES