

MARKETING, VENTAS Y EMPRENDIMIENTO

ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD EN MARKETING

DESCRIPCIÓN GENERAL

Con un sentido aplicativo, a través del curso se efectúa un tratado práctico de principios y procedimientos estratégicos y operativos de competitividad en la gestión del marketing, dentro de una perspectiva de logro sostenido de ventajas diferenciales, en la cual no solamente se enfoca la efectividad de la estrategia, sino su superioridad o ventaja frente a las estrategias de la competencia. El enfoque de competitividad incluye la formulación de estrategias en el contexto de ventajas diferenciales y mediante la generación de un valor superior en aspectos como bienes, servicios, actividades y campañas de comunicación y promoción, canales de distribución, políticas de precios y atención al cliente, así como mecanismos y programas de lealtad dirigidas de manera competitiva a la retención y/o fidelización de clientes.

DIRIGIDO A

Ejecutivos y funcionarios de las áreas de marketing y ventas de empresas de diversos rubros, involucrados de manera directa o indirecta en el diseño y/o implementación de procesos, estrategias y/u operaciones de marketing y/o ventas.

OBJETIVOS

Desarrollar, reforzar y/o afinar conocimientos, criterios y habilidades para la formulación acertada de estrategias de marketing y de fidelización de clientes, dirigidas a la obtención y sostenimiento de ventajas competitivas a nivel de la empresa, de áreas o líneas de productos y de productos específicos (bienes y/o servicios).

TEMARIO

- Revisión del proceso estratégico de marketing
- Estrategias directrices y estrategias operativas
- Posición competitiva
- Relación de la ventaja competitiva con las estrategias directrices y operativas
- Ventajas diferenciales (competitivas y comparativas)
- Análisis de la competencia
- Posturas competitivas
- Elementos de competitividad
- Estructuración de valor de conveniencia al cliente
- Estructuración de la formulación y sostenibilidad de ventajas competitivas

EXPOSITOR: MAURICIO LERNER

Mag. Mauricio Lerner Geller; Profesor de programas de Maestría y de Extensión Profesional de CENTRUM CATÓLICA, habiéndolo sido previamente en la Universidad del Pacífico y en la Universidad de Lima. Director de Marketing Dynamics, empresa especializada en consultoría y capacitación de Marketing y Calidad de Servicio. Ingeniero Industrial y Magíster en Ingeniería de la Universidad de Massachusetts. Miembro del Panel de Expertos en Competitividad del *International Institute for Management Development* –IMD de Suiza.

DURACIÓN: 24 HORAS

DÍA: VIERNES