

## MARKETING, VENTAS Y EMPRENDIMIENTO

### MARKETING DE SERVICIOS

#### DESCRIPCIÓN GENERAL

Con una orientación fundamentalmente aplicativa, el presente curso comprende la teoría y práctica necesarias para el diseño del plan de marketing de un servicio en un entorno cada vez más digital, globalizado y competitivo.

#### DIRIGIDO A

Funcionarios y ejecutivos que trabajan actualmente en el sector servicios -o les gustaría dedicarse a ello- que buscan adquirir nuevas herramientas para desarrollar mejores estrategias de marketing que les faciliten el logro de sus objetivos de negocio.

#### OBJETIVO

Al finalizar el programa, el alumno estará en capacidad de diseñar en detalle un plan de marketing de servicios de acuerdo a los lineamientos estratégicos del negocio, partiendo de la adecuada identificación del problema a resolver por el servicio y aplicando las herramientas presentadas durante el curso.

#### TEMARIO

- Propuesta y generación de valor
- Segmentación y definición de mercado objetivo
- Necesidades del mercado objetivo
- Marketing de Servicios y creación de Experiencias
- Posicionamiento y estrategias de branding
- Estrategias de servicio, experiencia usuario
- Estrategias de precio y gestión de la rentabilidad
- Estrategias de canales de distribución: prestación y venta
- Estrategias de publicidad y promoción: medios convencionales y digitales
- Estrategias de relacionamiento con clientes y gestión de personas
- Formulación del plan de marketing de servicios

#### EXPOSITOR: CARLOS DOMÍNGUEZ SCHOLZ

MBA, Universidad Católica de Chile; Licenciado en Ciencias Administrativas, Universidad de Lima. Fundador, Director y Gerente General de OPTIMIZA Consultora de Negocios para quien ha liderado, desde el 2004, proyectos de puesta en marcha y fortalecimiento de negocios para empresas tales como: CINEMARK; ALIGENT; METECNO (Colombia); MIMET (Chile); BANMÉDICA (Chile); PROTEMAX (Perú y Chile); LLAMAGAS; STANDFORD; MOLINOS EL TRIUNFO; SUBARU-LAVAGNA. Cuenta con experiencia docente en el pregrado y posgrado de la Universidad de Lima y en el posgrado de ESAN en las áreas académicas de estrategia y emprendimiento.

**DURACIÓN: 24 HORAS**

**DÍAS: MIERCOLES**