

MARKETING, VENTAS Y EMPRENDIMIENTO

MARKETING INTERNACIONAL DE SERVICIOS

DESCRIPCIÓN GENERAL

A través de sesiones teórico-prácticas, investigativas y expositivas, el curso en cuestión, brindará las herramientas necesarias para que el participante desarrolle técnicas y condiciones, de manera que pueda ejecutar con objetividad y de manera asistida un Plan de Marketing de Internacionalización de Servicios en un tercer mercado previamente definido y prospectado.

DIRIGIDO A

Funcionarios y ejecutivos del sector privado, público y gremial (a nivel nacional), que tengan interés en internacionalizar algún servicio con potencial exportador. También está dirigido a aquellos que laboren en empresas o instituciones que tengan como objetivo del negocio, promocionar servicios en terceros mercados y/o analizar su potencial exportación, o aquellos que les gustaría fortalecer capacidades en este ámbito, adquiriendo estrategias en marketing e internacionalización de servicios.

OBJETIVOS

Al finalizar el programa, el alumno estará en condiciones de plantear, contrastar y ejecutar de manera asistida un Plan de Marketing de Internacionalización de Servicios, reconociendo las fases fundamentales del mismo, prospección de mercado, penetración y consolidación a través de la inversión.

TEMARIO

1. Inserción internacional.
2. Competitividad de los servicios.
3. Promoción comercial.
4. Adaptación de los servicios en función del entorno socio cultural.
5. Estrategias de marketing internacional de servicios y comunicación ante situaciones críticas.
6. Posicionamiento en función de actividades de promoción en destino - oferta y atributos en la elección del servicio.
7. Cultura de internacionalización y construcción de redes de interés.
8. Gestión del liderazgo en servicio.

EXPOSITOR: CARLOS A. ESCAFFI RUBIO.

Gerente general de IMAGINACION Perú, socio del Grupo ILUSUR y socio-director de GENERACIONX. Docente de Marketing II y Marketing Internacional en la Facultad

de Gestión y Alta Dirección de la PUCP. Ha sido catedrático del curso de Marketing Internacional en la Universidad de Lima. Expositor en Marketing de la Felicidad, Neuromarketing y Técnica del Encapsulamiento para Capacitación N.C. Fue gerente general de ELEC ANDES, Grupo ELEC Chile.

Trabajó 17 años para la Dirección de Promoción de Exportaciones de la República de Chile – PROCHILE, MIN. RREE Chile, desempeñándose como Asesor para Asuntos Económicos y Comerciales en el Departamento Económico de la Embajada de Chile en Perú, posteriormente, también se desempeñaría como Encargado del Departamento Económico de la referida Misión.

Ejecutivo senior con experiencia en el área comercial, promoción, imagen corporativa, apertura de mercados, relaciones institucionales, responsabilidad social y dirección de proyectos.

Estudios en maestría en Ciencia Política y Gobierno, (Escuela de Gobierno y Políticas Públicas de la PUCP), diploma en Evaluación de Decisiones Estratégicas, (Departamento de Ingeniería Industrial de la Pontificia Universidad Católica de Chile), postgrado en Marketing Estratégico (Universidad Ricardo Palma, Primer Puesto y Premio Creatividad Empresarial), Conciliador Extrajudicial Titulado (Escuela Nacional de Conciliación Extrajudicial – ENCE - Ministerio de Justicia del Perú), diploma de Especialización en Comercio Exterior y Aduanas (National Association For Foreign Attorneys Florida – EE.UU.), licenciado en Administración y Gerencia (Universidad Ricardo Palma).

Columnista en: revista América Economía, revista CLADEA, diario Gestión (Perú), diario El Mostrador (Chile), diario Financiero (Chile) y diario Las Américas (Florida – EEUU).
Nacido en Valparaíso, República de Chile.

DURACIÓN: 24 HORAS

DÍAS: SÁBADO.