



CIADEN

CENTRO DE INVESTIGACION Y
ADIESTRAMIENTO DE NEGOCIOS

2021

Diplomado: Dirección Estratégica de Marketing

© Centro de Investigación y
Adiestramiento de Negocios (CIADEN)
Calle Interior Primera, No. 2, El Millón,
Santo Domingo, D.N.,
República Dominicana.

www.ciaden.com.do
info@ciaden.com.do
(829) 962 8166

CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE ADIESTRAMIENTO DE NEGOCIOS (CIADEN)

Misión:

Potenciar los resultados de las empresas, agregando valor a través de consultorías en áreas estratégicas de negocios, marketing, comunicación y la capacitación especializada.

Visión:

Ser la primera opción como empresa de consultoría y capacitación, reconocida por el compromiso con sus clientes y resultados garantizados.

Valores:

- Compromiso: Nos comprometemos con nuestros clientes y la sociedad.
- Innovación: entendemos que el mercado no es estático, por lo que, nos mantenemos en sintonía con él.
- Actitud: Proyectamos positivismo y entusiasmo.
- Dedicación: Ponemos empeño y entrega en cada actividad y cada proyecto que asumimos.

¿QUIENES SOMOS?



Un grupo de profesionales con experiencia multisectorial y efectividad probada en diferentes mercados, que han logrado consolidar a CIADEN como un aliado que agrega valor a sus clientes, a través de consultoría en áreas estratégicas de negocios y la capacitación especializada.

2021 DIPLOMADO: DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING

DESCRIPCIÓN

Este diplomado combina la experiencia docente de los facilitadores con su experiencia en el campo, para brindar a los participantes un programa que abarque el proceso completo de la gestión de marketing.

Se trabajará con la investigación y manejo de data para la formulación de estrategias.

Considerando el auge de la tecnología como herramienta de gran valor para las marcas comunicarse con sus segmentos de mercados, se incluye un módulo de estrategias de marketing digital, procurando instruir a los participantes sobre la base de como aprovechar dicha tecnología para lograr que su marca conecte con su mercado meta en tiempo real.

El programa incluye un módulo para la elaboración de un plan de Marketing en donde los participantes podrán, al terminar el curso, realizar un plan a una marca o proyecto propio, o como un ensayo para fines de consultas

DIRIGIDO A:

Supervisores de mercadeo, Coordinadores de Mercadeo, estudiantes de mercadeo, dueño de negocios, nuevos emprendedores y todas aquellas personas involucradas con el área que quieran aprender sobre la dinámica del Marketing.

COMPETENCIAS:

- Pensamiento estratégico y analítico
- Comprensión del papel de la data para la toma de decisiones
- Enfoque en detección de oportunidades
- Pensamiento innovador
- Movimiento de negocios inteligente

Objetivo:

Lograr en los participantes el fortalecimiento del pensamiento estratégico como competencia, partiendo del análisis y gestión de datos, así como el manejo de tendencias del mercado, para desarrollar un plan de marketing con base en informaciones relevantes y apegado a las metas generales de la empresa.

 Duración total: 45 horas

MÓDULOS

MÓDULO I BRANDING: DESARROLLO DE LA MARCA EMOCIONAL

- Gestión de Marcas: Desarrollo de Marcas Rentables
- Arquitectura de Marca
- Introducción al Neuromarketing
- Creación de la Marca Emocional
- Desarrollando "Customer Intimacy" o Intimidad con el Cliente
- Fase de Mantenimiento: Planes de Fidelidad
- Que comunicamos.
- Cuando comunicamos de forma estratégica
- Investigación en Comunicación
- -Monitoreo de comunicación
- Herramientas e Instrumentos de Comunicación
- Estructura del Mensaje
- Promesa de Marca
- Proceso de Comunicación: El mensaje que se Retiene
- Elementos y Variables de medición

MÓDULO III ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL

- Mercado electrónico o e-commerce
- Gestión y fidelización de la audiencia
- Campañas de email marketing
- Herramientas en email marketing
- marketing de buscadores sem y seo
- Estrategias, campañas y diferencias sem y seo
- Combinar sem y seo en tú estrategia de marketing
- Métricas

MÓDULO V ELABORACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

- Utilización de la Data en el plan de Marketing
- Data Externa de valor
- Variables de Mercado relevantes para identificar oportunidad
- Customer Profile
- Data Interna capitalizable
- Estructura comercial y de marketing
- Base de datos
- Comportamiento de ventas
- Análisis del producto vs. El target
- Análisis de medios y mensajes comunicacionales vs. impacto
- Matriz FODA
- Diseño de estrategia
- Definir posicionamiento de marca
- Utilización del Trade de forma estratégica
- Diseño de plan de acción y presupuesto.

MÓDULO II TRADE MARKETING: NUEVOS RETOS DEL CANAL

- Oportunidades en el punto de venta
- Surtido
- Categorías
- Lineal
- Planograma
- El consumidor en el punto de ventas
- La publicidad en el punto de venta
- Indicadores de gestión

MÓDULO IV OPTIMIZACIÓN Y USO DE LA DATA EN MARKETING

- Big data y su aplicación al marketing
- integración de datos
- Consolidación de Datos
- Validación de Datos.
- Excel avanzado
- Organizar y Filtrar.
- Elaboración de Gráficos de utilidad para la elaboración de estrategias
- Presentación Visual de Contenido.
- Seguimiento de Errores en Formulas.
- Tablas Dinámicas y uso de estas para realizar histórico de ventas y análisis de comportamiento de clientes

38 Horas sincrónicas
7 asincrónica
Modalidad Virtual
Plataforma Zoom clases
sincrónica
Plataforma Moodle para
clases asincrónica