



**UTEPSA**  
— **POSTGRADO**  
Business School

**DIPLOMADO EN**

**GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DEL MARKETING**



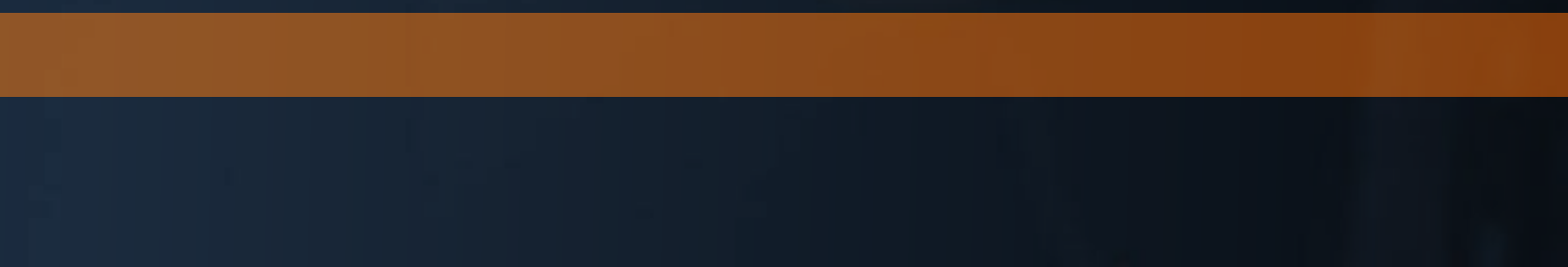
[www.utepsa.edu](http://www.utepsa.edu)





# UTEPSA

POSTGRADO





// Transformación  
integral  
para líderes  
emprendedores  
con visión  
internacional //





# PRESENTACIÓN

**La Universidad Tecnológica Privada de Santa Cruz**, fue fundada el 9 de septiembre de 1994, en la pujante y dinámica ciudad de Santa Cruz de la Sierra, capital del Departamento de Santa Cruz – Bolivia. Casi con 30 años de creación, hoy es reconocida y referenciada por su excelencia académica, investigación, emprendimiento, innovación tecnológica e impacto en el bienestar de la comunidad.

Dentro su estructura, se encuentra la Dirección de Postgrado, que obtuvo su autorización por parte del Ministerio de Educación, a través, de la RS No 228/2000, para la apertura de cursos especializados de formación Postgradual, lo que quiere decir, que tiene más de 20 años de experiencia académica y administrativa.

El objetivo de esta Dirección, es profundizar en la formación de los profesionales del ámbito tecnológico, económico, jurídico, social y humanístico; para que mejoren sus competencias laborales y personales en beneficio y desarrollo de la sociedad.

La Dirección de Postgrado de Utepsa, está organizada en cuatro áreas de formación: Business School, que está relacionada a programas de las ciencias económicas y administrativas; Tech School, con programas y proyectos de ingeniería y tecnología; Law School, para programas de las ciencias jurídicas; y finalmente, el área de formación de Sociales y Humanísticas, con programas de formación en educación superior y psicología.

Nuestra misión se resume en:

## **Transformación integral de líderes innovadores con visión internacional.**

Con relación a los ejes competitivos, que son los ejes transversales para toda la oferta de sus áreas de formación y de la misma gestión del Postgrado, se definen como:

### **Innovación, Internacionalización y Liderazgo.**

Por otro lado, conscientes de nuestro compromiso con la sociedad y con los últimos cambios y efectos mundiales, proponemos programas con acceso muy inclusivo socioeconómicamente para nuestra comunidad, buscando firmemente la excelencia académica, bajo las bases sólidas de nuestra visión y misión institucional.



# OBJETIVOS DEL PROGRAMA

## OBJETIVO GENERAL:

Formar profesionales capacitados en el análisis, desarrollo e implementación de estrategias empresariales bajo las directrices del Marketing que permitan un mejor desempeño en la dirección competitiva de una empresa.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Comprender el proceso de dirección estratégica y su forma apropiada de implementación.
- Entender la importancia de la innovación como factor competitivo de gestión.
- Adquirir y aplicar conocimientos, herramientas y técnicas modernas del marketing estratégico.
- Visualizar la relevancia en el uso de la tecnología actual, como base de estrategias exitosas de marketing.
- Visualizar el marketing desde una perspectiva holística mediante el estudio de casos de empresas multinacionales y bolivianas.
- Diseñar un plan estratégico de ventas para una empresa del sector inmobiliario.

# PROGRAMA

- **MÓDULO 1**  
**MARKETING ESTRATÉGICO**

- Introducción al marketing.
- La Dirección estratégica y el Marketing.
- Análisis del Mercado: Competitividad.
- Cuantificación del tamaño del mercado. Comportamiento del Consumidor. Macrosegmentación y microsegmentación.
- Análisis Interno: Perfil Comercial.
- Porfolio de productos.
- Posicionamiento.
- Estrategias de Marketing: Crecimiento, Competitiva de Posición, Mercado Meta, Posicionamiento.

- **MÓDULO 2**  
**COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y NEUROMARKETING**

- Concepto de Consumidor versus cliente.
- Importancia de conocer al consumidor.
- Factores internos o psicológicos, factores externos o sociales.
- Modelo de toma de decisiones.
- Participantes en el proceso.
- Técnicas de investigación para conocer al cliente: Neuromarketing.

- **MÓDULO 3**  
**INTELIGENCIA DE MERCADO**

- Sistemas de Información de Marketing.
- Inteligencia competitiva.
- Concepto, proceso y diseño de una investigación de mercados.
- La investigación cualitativa y sus técnicas. La investigación cuantitativa y sus técnicas.
- Tendencias de IM.



- **MÓDULO 4**  
**INNOVACIÓN EN PRODUCTO Y EL MIX DE MARKETING**

- Canales digitales. Las redes sociales. Los medios online y las estrategias en internet en el sector inmobiliario. Aplicaciones prácticas.

- **MÓDULO 5**  
**TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN Y VENTAS**

- desarrollo proceso, adaptación de producto, adaptación de proceso.
- Ciclo de vida del producto.
- Fuentes de ideas: análisis mercado, comparación competencia, ferias especializadas, revistas, investigación de mercado.
- Mercado Meta y esfuerzos comerciales.
- Mezcla de Marketing.
- Variables básicas: Producto, Precio, Distribución y Comunicación.
- Mix ampliado: Personal, Procesos, Post Venta y Patente. Determinación de Presupuestos.

- 
- 

- **MÓDULO 6**  
**FINANZAS Y MÉTRICAS DE MARKETING**

- Concepto. Tipo de métricas. Medición del marketing
- Contribución del marketing.
- Marketing orientado a resultados.
- Mecanismos de Control (Métricas y ROI de marketing)



## MODALIDAD

Hibrido



## ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS DE APRENDIZAJE

El método de enseñanza y medios que se desarrollarán en el programa del diplomado están orientadas hacia el aprendizaje por proyectos cooperativo e integrador, para alcanzar los objetivos propuestos se utilizarán estrategias de enseñanza y aprendizaje mediante la integración de los contenidos esenciales con las actividades prácticas en la docencia fomentando el pensamiento complejo. La formación abre espacio al debate de las ideas y a la revisión crítica de la práctica, pretende establecer redes de apoyo e intercambio de experiencias con el Modelo de Gestión Integral e9, que tiene el objetivo de lograr un mejor beneficio, desarrollo e impacto de la comunidad.

El enfoque de este diplomado se basa en las competencias del aprender haciendo inserto en los criterios del saber ser, saber conocer y saber hacer.

a. Saber ser: es la articulación de diversos contenidos afectivos motivacionales que buscan la idoneidad personal en realización de una actividad.

b. Saber conocer: se coloca a disponibilidad de la persona una serie de herramientas para procesar la información de manera significativa.

c. Saber hacer: saber actuar con respecto a la realización de una actividad o la solución de un problema. Desarrollo de habilidades para darle solución a este problema.



## SISTEMA DE EVALUACIÓN

El sistema de la evaluación se desglosa de la de la siguiente manera para aprobar cada módulo:

10% Asistencia

30% Participación en foros y trabajo colaborativo

30% Trabajo de investigación y actividades prácticas

30% Examen final

Total 100%. La nota mínima para aprobar es de 51 sobre 100.



# REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

**Los requisitos necesarios son :**

- Fotocopia legalizada del Título en Provisión Nacional o Diploma Académico
- Certificado de nacimiento original (actualizado)
- Fotocopia simple del carné de identidad
- 3 fotografías 3x4cm. fondo rojo y traje formal



# CONTACTOS

 **69200356 / 69200357 /  
69200358**

 **marketing.postgrado@utepsa.edu**

 **www.utepsa.edu**



**Av. Noel Kempff Mercado N°715 - 3er. Anillo Interno, entre**

**Av. Busch y Av. San Martín, Santa Cruz - Bolivia**



**UTEPSA**  
— **POSTGRADO**  
Business School

[www.utepsa.edu](http://www.utepsa.edu)