UTEPSA
POSTGRADO
Business School

DIPLOMADO EN:

MARKETING ESTRATÉGICO

CON ENFOQUE EN SEGMENTACIÓN, POSICIONAMIENTO E INNOVACIÓN

SERVICIO DE CALIDAD »
EXPERIENCIA SATISFACTORIA »
MEJORA CONTINUA »

TÜVRheinland CERTIFICADO
ISO 21001:2018 Sistema de Gestión

PRESENTACIÓN:

La Universidad Tecnológica Privada de Santa Cruz, fue fundada el 9 de septiembre de 1994, es reconocida por su excelencia académica, investigación e impacto social en Santa Cruz, Bolivia.

Su Dirección de Postgrado, autorizada por el Ministerio de Educación, a través, de la RS No 228/2000, cuenta con más de 20 años de experiencia en formación especializada. Su objetivo es profundizar la formación de profesionales en tecnología, economía, derecho, ciencias sociales y humanidades para beneficiar a la sociedad.

DIRIGIDO A:

El programa está diseñado para profesionales del área de marketing y áreas afines, que buscan fortalecer sus habilidades y conocimientos en estrategias de marketing avanzadas y adaptadas a entornos actuales.

Ciencias o áreas a las que está dirigido el programa: El programa está dirigido a profesionales del marketing, publicidad, comunicación, administración de empresas, economía y áreas relacionadas.

Tipo de actividad que desarrolla el profesional al que va dirigido el programa: Los participantes del programa suelen desempeñarse en cargos relacionados con la gestión de marketing, dirección comercial, gerencia de producto, branding, análisis de mercado, consultoría estratégica, entre otros.

Nivel o cargo que ocupa el profesional al que va dirigido el programa: El programa está orientado a profesionales que ocupan diversos niveles dentro de las organizaciones, desde ejecutivos y analistas hasta gerentes en marketing, así como también emprendedores.

Expectativas y necesidades de los profesionales en relación con los conocimientos y habilidades que les otorgaría el programa: Los participantes del programa buscan adquirir conocimientos y habilidades avanzadas en áreas como segmentación de mercados, posicionamiento estratégico, análisis de datos, innovación en el marketing y gestión de marcas. Asimismo, buscan desarrollar competencias para enfrentar los desafíos del entorno empresarial actual y capitalizar las oportunidades que ofrecen los cambios tecnológicos y las nuevas tendencias del mercado.

RESULTADOS DEL PROGRAMA:

El egresado del Diplomado en Marketing Estratégico con Enfoque en Segmentación, Posicionamiento e Innovación será un profesional altamente capacitado y versátil, con una visión integral del marketing en un entorno empresarial cada vez más dinámico y digital. Estará preparado para liderar iniciativas estratégicas de marketing, adaptándose rápidamente a los cambios del mercado y aprovechando las oportunidades que ofrece la innovación y la tecnología. Será reconocido por su capacidad para diseñar y ejecutar estrategias efectivas de segmentación y posicionamiento, así como por su enfoque ético y su compromiso con la excelencia profesional

CONTENIDO DEL PROGRAMA:

MÓDULO	NOMBRE DE LA ASIGNATURA	CONTENIDOS MÍNIMOS
1	Marketing Estratégico en la Era Digital: Desafíos y Oportunidades	• Introducción al Marketing y su Evolución en la Era Digital • Análisis de las Oportunidades y Desafíos Actuales en el Mercado • La Planificación Estratégica de Marketing • El Enfoque en el Cliente y la Gestión de su Lealtad • Resultados de Marketing y Rentabilidad de las Acciones de Marketing
2	Inteligencia de Mercado y Análisis Competitivo	• Fundamentos de la Inteligencia de Mercado • Fuentes y Técnicas de Recopilación de Información • Segmentación del Mercado y Perfil del Consumidor • Análisis Competitivo
3	Psicología del Consumidor y Neurocopywriting	• Psicología del Consumidor • Sesgos Cognitivos y Heurísticas en la Toma de Decisiones • El Poder de las Emociones y la Narrativa en la Construcción de Marca • Diseño de Experiencias Sensoriales y Memorables (Marketing Experiencial)
4	Segmentación de Mercados y Posicionamiento Estratégico	• Clasificación del Mercado de Acuerdo con el Tipo de Demanda • Segmentación de Mercados de Consumo y Mercados Industriales • Estrategias de Segmentación • Posicionamiento
5	Estrategias de Innovación en el Marketing Mix	• Mercado Meta • Formas de Innovación en el Marketing Mix • Estrategias de Marketing Mix
6	Métricas de Marketing e Insights Avanzados	• Métricas para la gestión de Marketing y su Contribución • Métricas de Mercado y de Cliente • Métricas de Distribución y Ventas • Métricas de Producto, Precio, Comunicación y Promoción • Métricas de Marketing Digital e Insights Avanzados

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS DE APRENDIZAJE

ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

Las estrategias de aprendizaje serán elegidas por los docentes en función a los resultados de aprendizaje esperados en cada módulo. Dentro del desarrollo del programa académico se consideran las siguientes metodologías:

Método de Análisis y Solución de Casos, que permite guiar a los estudiantes hacia la construcción de su propio aprendizaje, poniendo en práctica los conocimiento, habilidades, actitudes y valores adquiridos para analizar, diagnosticar y proponer soluciones en diferentes ámbitos.

Aprendizaje Basado en Problemas (ABP), con enfoque en problemas reales con actividades que aborden problemas auténticos y desafiantes del entorno y que involucren a la comunidad con visión de servicio.

Aprendizaje Colaborativo, con actividades que permitan a los estudiantes trabajar juntos, debatir ideas y compartir diferentes perspectivas para llegar a soluciones. Integrar actividades en las que los estudiantes asuman roles de liderazgo en equipos o proyectos, desarrollando habilidades de comunicación.

Desarrollo de proyectos, que requieran una propuesta de proyectos, desafíos o propuestas emprendedoras basadas en oportunidades identificadas en el entorno. Que desarrolle actividades de planificación, ejecución y control secuencial, como investigaciones a largo plazo o proyectos.

MODALIDAD Y ASISTENCIA:

El programa académico se organiza en función de los siguientes parámetros de ejecución:

a) Régimen de estudio: **Modular**

b) Modalidad de estudio: **Virtual**

En modalidad presencial: La asistencia a clases debe ser de mínimamente el 75% del total de encuentros del programa y demás actividades académicas, como ser clases teóricas, prácticas, visitas técnicas u otras programadas de acuerdo con el calendario y horarios establecidos.

En modalidad virtual: La asistencia a clases debe ser de mínimamente el 85% del total de encuentros del programa con cámara encendida.

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

El docente planifica e implementa una evaluación continua que incluye actividades formativas y sumativas, con una calificación mínima de aprobación de 71/100.

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN:

REQUISITOS PARA ESTUDIANTES NACIONALES:

- 1 Fotocopia legalizada del Título en Provisión Nacional o Diploma Académico.
- 1 Certificado de nacimiento original (actualizado).
- 1 Fotocopia simple del carnet de identidad.
- 3 Fotografías 3x4 cm. fondo rojo y traje formal.

REQUISITOS PARA ESTUDIANTES EXTRANJEROS:

- Certificado de nacimiento apostillado.
- Fotocopias legalizadas del diploma académico/título profesional deberán contar también con la Apostilla o, la legalización correspondiente por el Ministerio de Relaciones Exteriores del país de origen y del Estado Plurinacional de Bolivia.

CONTACTOS:

692-00358

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