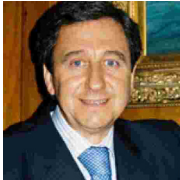


# MARKETING ESTRATÉGICO



## Profesor: Pablo Javier Cánepa B.

MBA, Escuela superior de Administración de Empresas (ESADE), España. DPA, Universidad Adolfo Ibáñez. Ingeniero Politécnico con mención en Economía y Estrategias Comerciales de la Universidad Adolfo Ibáñez.

## Objetivos Generales

¿Qué es el Marketing? ¿Quién es el cliente? ¿Qué quiere? ¿Cómo nos juzga? ¿Cómo juzga a la competencia? ¿Qué es una estrategia de entrada? ¿Cuál es el nuevo marketing para enfrentar los nuevos mercados de distribución?

El marketing es una función básica de toda organización que busca orientar la empresa a los diversos mercados. Tradicionalmente, esta actividad se había enfocado en la difusión de los productos o servicios, pero con el tiempo el cliente o consumidor ha tomado cada vez mayor protagonismo, lo que ha cambiado la manera clásica de realizar esta actividad.

Este curso analiza tanto el enfoque tradicional del marketing como las nuevas tendencias, que apuntan a la generación de relaciones rentables de largo plazo con los clientes. Para ser exitoso en el proceso, es necesario desarrollar las estrategias adecuadas que permitan enfrentar los nuevos mercados y satisfacer al nuevo consumidor, así como conocer y estudiar a la competencia.

Durante el curso se abordarán temas como la segmentación de mercados, posicionamiento, diferenciación y diseño de productos, fijación de precios, inversión en publicidad, y otros tópicos de vital importancia para el éxito de una correcta estrategia de marketing orientado a los clientes.

*Contenidos sujetos a cambios que el profesor estime conveniente.  
La realización del pago total o parcial de un curso o de un Diplomado implica la aceptación de los términos y condiciones, publicados en [www.eclass.cl](http://www.eclass.cl)*

## ¿A quién está dirigido?

El curso Marketing Estratégico está dirigido a empresarios y ejecutivos que se desempeñen en los departamentos de Marketing de diversas organizaciones, empresas o instituciones y que requieran adquirir conocimientos y herramientas para aplicar de manera eficiente las ideas más innovadoras del Marketing.

Los alumnos podrán realizar acabados análisis de mercado, con particular énfasis en el proceso de toma de decisiones del consumidor, lo que les permitirá diseñar una estructura para desarrollar un plan de marketing adecuado a sus objetivos.

Los participantes también quedarán capacitados para formar equipos de trabajo al interior de su organización, en la cual podrán potenciar habilidades personales y aplicar los conocimientos necesarios para una gestión óptima y moderna del servicio al cliente.

## Contenidos del curso

### Clase 1:

MARKETING: ¿Qué es el Marketing? La importancia del enfoque al cliente

### Clase 2:

CONOCIENDO A LOS CONSUMIDORES: Más que conocer al cliente, apasionarse con él

### Clase 3:

SEGMENTACIÓN: Dividir para reinar

### Clase 4:

DIFERENCIACIÓN: ¿Cómo lograr que el cliente nos perciba de forma distintiva?

### Clase 5:

POSICIONAMIENTO: ¿Cómo ocupar un espacio en la mente, en el corazón y en el bolsillo de las personas?

### Clase 6:

IMPLEMENTACIÓN: Producto: Tangibilizando nuestra propuesta de valor única

### Clase 7:

IMPLEMENTACIÓN: Precios: ¿Qué precio le pongo a mi producto?

### Clase 8:

IMPLEMENTACIÓN: Punto de Venta: El punto de venta como producto principal

### Clase 9:

IMPLEMENTACIÓN: Comunicaciones: Luchando por la atención de nuestros clientes

### Clase 10:

BUSINESS INTELLIGENCE: Un sistema de información para la toma de decisiones estratégicas