



GERENCIA DE MARKETING

Introducción

La unidad curricular de Gerencia de Marketing tiene como objetivo proporcionar a los estudiantes una comprensión profunda de los conceptos, herramientas y técnicas de marketing utilizada en el entorno empresarial actual. En este curso, se explorarán los principales aspectos de la gestión de marketing, desde la investigación de mercado y el análisis de la competencia hasta el desarrollo y ejecución de estrategias de marketing efectivas.

El curso se enfoca en desarrollar habilidades gerenciales para diseñar y ejecutar planes de marketing que permitan a las organizaciones alcanzar sus objetivos comerciales. Los estudiantes tendrán la oportunidad de analizar casos reales y aplicar herramientas y técnicas de marketing para resolver problemas y tomar decisiones estratégicas.

Al finalizar la unidad curricular, los estudiantes estarán preparados para diseñar e implementar planes de marketing efectivos, identificar oportunidades y tendencias del mercado, y tomar decisiones informadas sobre la gestión de productos, precios, promoción y distribución. Además, estarán capacitados para analizar el impacto del marketing en el desempeño financiero y la reputación de la empresa.

Competencias a desarrollar

1. **Análisis de mercado:** Capacidad para realizar investigaciones de mercado, analizar datos y comprender las necesidades y preferencias de los clientes.
2. **Pensamiento estratégico:** Habilidad para desarrollar y ejecutar estrategias de marketing efectivas, teniendo en cuenta los objetivos comerciales y las condiciones del mercado.
3. **Toma de decisiones informadas:** Capacidad para recopilar y analizar información relevante, evaluar diferentes opciones y tomar decisiones basadas en datos y análisis.



4. **Gestión del marketing mix:** Competencia para gestionar de manera efectiva los elementos del marketing mix, como productos, precios, promoción y distribución, para lograr los objetivos comerciales.
5. **Creatividad e innovación:** Habilidad para generar ideas creativas y aplicar enfoques innovadores en la planificación y ejecución de estrategias de marketing.
6. **Comunicación efectiva:** Capacidad para comunicar claramente las estrategias de marketing, tanto verbalmente como por escrito, y transmitir mensajes persuasivos a diferentes audiencias.
7. **Orientación al cliente:** Competencia para comprender las necesidades y expectativas de los clientes, y desarrollar estrategias y tácticas de marketing centradas en el cliente.
8. **Gestión del tiempo y organización:** Habilidad para administrar eficientemente el tiempo y los recursos, establecer prioridades y cumplir con los plazos establecidos.
9. **Trabajo en equipo:** Competencia para colaborar efectivamente con otros profesionales de marketing y miembros del equipo, fomentando un ambiente de trabajo colaborativo.
10. **Adaptabilidad y aprendizaje continuo:** Capacidad para adaptarse a los cambios en el entorno del marketing, aprender nuevas habilidades y mantenerse actualizado con las últimas tendencias y prácticas.



Objetivo

Los participantes serán capaces de aplicar los principios y conceptos fundamentales de la gerencia de marketing para desarrollar estrategias efectivas y tomar decisiones informadas en un entorno empresarial.

N° DE HRS.: 16 HORAS ACADÉMICAS

Recursos a utilizar

- Herramientas digitales
- Estudios de caso
- Material audiovisual
- Hojas de reciclaje
- Lápices de grafito y de colores.
- Equipo de computación



CONTENIDOS

- **Conceptos básicos de marketing:** Definición de marketing, objetivos y funciones del marketing en la empresa.
- **Análisis del mercado:** Investigación de mercado, segmentación de mercado, análisis de la competencia y tendencias del mercado.
- **Marketing mix:** Desarrollo y gestión de productos, fijación de precios, promoción y distribución.
- **Estrategias de marketing:** Desarrollo y ejecución de estrategias de marketing efectivas, planificación y gestión del presupuesto de marketing.
- **Marketing digital:** Introducción al marketing digital, redes sociales, publicidad en línea, SEO y análisis web.
- **Análisis del desempeño:** Medición del impacto del marketing en el desempeño financiero y la reputación de la empresa.
- **Tendencias actuales en marketing:** Nuevas tendencias y herramientas en el marketing, como el marketing de contenidos, el marketing de influencia y el marketing experiencial.