

PRESENCIAL **ONLINE**

SMART DECISIONS BEST BUSINESS

DIPLOMA EJECUTIVO EN:

**MARKETING
Y DIRECCIÓN
COMERCIAL**

- 📍 Bv. Isabel la Católica 866
X5001APT | Córdoba | Argentina
- ✉ asesoramiento@escueladeejecutivos.org
- 📞 +54 9 - 351 4725967
- 📞 +54 9 - 351 2671200





PRESENCIAL**ONLINE**

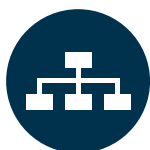
**QUE EL CONOCIMIENTO
TE ENCUENTRE DONDE ESTÉS.**



PRESENCIAL **ONLINE**

DIPLOMA EJECUTIVO EN MARKETING Y DIRECCIÓN COMERCIAL

CONTENIDO:



El Proceso de
Planificación



La Planificación
de Negocios



Cuadro de
Mando



Estrategia y Marketing
Operativo



Plan de
Ventas

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE:

- ▶ Dominio del proceso de venta.
- ▶ Desarrollar un PLAN DE NEGOCIOS.
- ▶ AFIANZAR una campaña comercial.
- ▶ PLANIFICACIÓN estratégica en perspectiva PYME.
- ▶ La COMUNICACIÓN como herramienta para la diferenciación.
- ▶ ESTRATEGIA competitiva.
- ▶ Claves para CREAR y DOMINAR el futuro de la organización.



PROGRAMA

MÓDULO 1 | EL PROCESO DE PLANIFICACIÓN

PARTE 1 LA MENTE DEL PLANIFICADOR ESTRATÉGICO

- De qué se trata planificar para la especie humana.
- Cuál es el proceso mental de planificación.
- Cómo orientar la mente hacia el pensamiento estratégico.
- Dónde y cómo, iniciar el proceso de planificación.

PARTE 2 CÓMO DESARROLLAR UN PLAN

- Elementos que intervienen en un proceso de planificación.
- Cómo convertir una amenaza en oportunidad.
- Dos formas de hacer pronósticos.
- Cuáles son los límites de la planificación estratégica.

PARTE 3 CÓMO DISEÑAR Y AFIANZAR LA VISIÓN

- Qué es, cómo se define la "visión".
- Diferencias y límites entre "visión" y "alucinación"
- Cómo definir una visión de negocios. Proceso y elementos determinantes.
- Aplicaciones para planes estratégicos, planes de negocios y planes operativos.

PARTE 4 CÓMO ASEGURAR LA VIABILIDAD DE UN PLAN

- Visión, metas y objetivos.
- El ciclo del tiempo.
- El rol de los recursos.
- Cinco elementos que no deben faltar en un plan.
- Clave de éxito.

MÓDULO 2 | LA PLANIFICACIÓN DE NEGOCIOS

PARTE 1 LA PLANIFICACIÓN PROFESIONAL, BAJO PROCESO , EN LA EMPRESA.

- Elementos formales de un proceso de planificación estratégica.
- Cómo presentar y compartir la información en la empresa.
- Cómo decidir quiénes y cuándo, para que etapas, participan de un proceso de planificación.
- Claves para integrar/involucrar a toda la organización.

PARTE 2 HERRAMIENTAS DE DIAGNÓSTICO

- DAFO (FODA) Una herramienta tan clásica y conocida, como poderosa.
- Errores típicos a evitar en un análisis DAFO.
- El verdadero desafío del líder director: "crear las condiciones ambientales".
- El análisis y neutralización del riesgo.

PARTE 3 PRESUPUESTACIÓN

- Presupuestos económicos y financieros.
- La magia del "resultado" vs. el "tiempo". Dos estrategias de solución que resuelven todas las situaciones.
- El análisis y neutralización del riesgo. (Tipos de riesgo)
- "Filosofías" de presupuestación: base histórica; análisis de tendencias; nivel de aspiración.

PARTE 4 ANÁLISIS ECONÓMICO

- Magnitud y destino de la inversión requerida.
- Financiamiento de la inversión.
- Dilema costos vs ciclo del dinero.
- Análisis de los resultados.



PROGRAMA

MÓDULO 3 | CUADRO DE MANDO

PARTE 1

EL CONTROL Y EL SENTIDO DEL CONTROL

- Qué es, cómo se define la “visión”.
- Diferencias y límites entre “visión” y “alucinación”
- Cómo definir una visión de negocios. Proceso y elementos determinantes.
- Aplicaciones para planes estratégicos, planes de negocios y planes operativos.

PARTE 2

CUADRO DE MANDO INTEGRAL COMO INSTRUMENTO DE PLANIFICACION Y CONTROL.

- Fundamentos para la construcción de un cuadro de mando.
- Desafíos en la implementación.
- Errores típicos en el diseño y en la implementación.
- Qué variables seleccionar.

PARTE 3

PASOS PARA CONSTRUIR UN CUADRO DE MANDO

- El cuadro de mando asegura el cambio organizacional. ¡Cuidado con eso!
- Seleccionar y agrupar variables.
- Ponderar variables y seleccionarlas.
- Pasos para convertir una “variable” en “indicador”.

PARTE 4

CLAVES PARA DESARROLLAR INDICADORES

- Tipos de indicadores.
- ¿Cómo saber qué tipo de indicador es más efectivo para la situación?
- Ciclo de vida típico de un indicador.
- Cómo presentar los indicadores y la información.

MÓDULO 4 | ESTRATEGIA Y MARKETING OPERATIVO

PARTE 1

CONCEPTOS ESENCIALES DE MARKETING ESTRATÉGICO APLICADO

- Fuerzas competitivas. Análisis.
- Ventaja competitiva.
- Cadena de Valor. Integración.
- Estrategia competitiva

PARTE 2

CONCEPTOS ESENCIALES DE MARKETING OPERATIVO APLICADO

- Las variables básicas del Marketing – Glosario.
- Las decisiones de Marketing.
- Análisis de cartera de productos.
- Análisis de mercados.

PARTE 3

INTEGRACIÓN DE LA EMPRESA AL MERCADO

- El Marketing relacional. Diferencias con el marketing tradicional.
- El proceso de marketing relacional.
- El marketing viral: convirtiendo al cliente en agente de venta.
- Gestión de la lealtad del cliente. Técnicas para identificar los factores que la determinan.

PARTE 4

ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

- ¿Quién es el consumidor? Técnicas de prospección y análisis de consumidores.
- Técnicas de investigación de mercado de bajo costo y complejidad, aplicables en el mundo PyME.
- Identificación de los determinantes de compra.
- Técnicas para aumentar el valor percibido.



MÓDULO 5 | PLAN DE VENTAS

PARTE 1

COMPONENTES DE UN PLAN DE VENTAS.

- Elementos formales de un plan de ventas.
- Diferencias con otros procesos de planificación.
- Plan de ventas del líder; pan de ventas de los ejecutivos.
- Métodos de definiciones de metas y objetivos.

PARTE 2

DEFINICIÓN DE PORTFOLIO DE PRODUCTOS Y MEZCLA DE MERCADOS

- Análisis de cartera de productos (complementarios y sustitutos).
- Análisis de mercados. Canales de distribución.
- Análisis de mezcla promocional.
- Precio y políticas de venta.

PARTE 3

REMUNERACIONES DE LA FUERZA DE VENTA.

- Relaciones profesionales con los vendedores.
- Objetivos y criterios de evaluación.
- Política de motivación y remuneración de vendedores.
- Sistemas de remuneración.

PARTE 4

CUADRO DE MANDO

- El cuadro de mando en la gestión de ventas.
- Indicadores de prospección, seguimiento y conversiones.
- Valor creado y posición de resultado financiero.
- Indicadores de lealtad de los clientes.

EL AULA DE CLASES
ALLI DONDE EL
ALUMNO SE ENCUENTRE.



ESCUELA DE EJECUTIVOS

PRESENCIAL ONLINE

► FECHAS DE EXÁMENES FINALES A ELECCIÓN

Dentro del plazo de 60 días a contar desde la finalización del módulo respectivo. Se proveen guías de preparación de exámenes. Existe sistema de recupero para fechas vencidas y para el caso de no alcanzar el desempeño requerido.

► GRABACIONES DE CLASE

Grabaciones de todas las clases en tiempo real, que, si bien no reemplazan la exigencia de asistencia, permiten recuperar contenidos. Se publican en el escritorio del alumno.

► SISTEMA DE SOPORTE ACADÉMICO

La totalidad de los materiales requeridos son provistos en forma física por la Escuela al inicio de cada módulo. No existe costo extra alguno para el alumno. El cursado no requiere bibliografía complementaria. A cada alumno se le provee una clave de acceso al Sistema de Alumnos en el que encontrará la totalidad del material.

► CERTIFICADOS Y DIPLOMAS

El Diploma y el Certificado Analítico se obtienen en el mismo instante en que se rinde el examen final (online y múltiple opción).