

EC

ESCUELA COMERCIAL

ENFOQUE CLIENTE



CURSO EJECUTIVO

MARKETING MODERNO ENFOCADO EN LA RENTABILIDAD

www.enfoquecliente.com

I. PRESENTACIÓN DEL CURSO

El tiempo no se detiene, las sociedades siguen su curso, los cambios en todo orden de cosas se presentan cada vez en forma más rápida y son menos predecibles. La incertidumbre es parte de nuestro día a día. Esta es la realidad con la que debemos convivir, y que para tener éxito debemos aceptar, adaptarnos, adelantarnos y diferenciarnos.

El éxito en el resultado de sus gestiones es el objetivo superior de las empresas. Para ello, el gran reto resulta de mantener una activa y cercana relación con los consumidores, como centro de atención para diseñar una propuesta de valor empática, que atienda sus necesidades y expectativas y que se diferencie de las ofrecidas por la competencia; Asimismo, que sean flexibles para adecuarse en forma ágil y veloz a los cambios en el entorno; ¡Que sea disruptiva!



La finalidad inmediata de toda empresa es producir bienes y servicios para el mercado y su finalidad mediata, en el entendido de ser empresas mercantiles, obtener ganancias para sus propietarios.



II.¿POR QUÉ LLEVAR ESTE CURSO?

El curso ofrecerá a los participantes conceptos claves para convencerse de lo trascendente que resulta para la salud presente y futura de la empresa, el factor diferencial en sus acciones de marketing.

Asimismo, les permitirá comprender lo fundamental que resulta el conocimiento de los factores externos que condicionarán la estrategia de marketing a adoptar por la empresa y los recursos, capacidades y competencias que dispone para ponerla en marcha.

El marketing no solo busca vender , lo que el marketing busca es que te vuelvan a comprar, hoy vender requiere de primero saber de marketing, es la mejor forma de generar diferenciación



III.¿A QUIÉN VA DIRIGIDO ESTE CURSO?

Ejecutivos en activo con responsabilidad en equipos de marketing de pequeñas, medianas o grandes empresas, que necesitan actualizar sus conocimientos con las nuevas tendencias del marketing moderno, con el objetivo de consolidar el interés de sus actuales clientes y de captar el de potenciales clientes.

Emprendedores y empresarios que busquen aspectos diferenciadores claves de sus negocios, que les ayuden a incrementar la rentabilidad e ingresos de su empresa en forma sostenible.



Emprendedores



Profesionales



Estudiantes



Empresarios

IV.OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Desarrollar con creatividad y coherencia, una propuesta de marketing diferenciada de la competencia que busque el equilibrio entre las necesidades y expectativas de los consumidores con los objetivos de la empresa, de modo tal que el impacto y la sensación sean favorables para los clientes, así como rentables y sostenibles para la empresa.

1

Proporcionar al participante, conceptos claves que le permitan reconocer la importancia estratégica del marketing moderno en la empresa.

2

Aprender a pensar, analizar y tomar decisiones empresariales con un planteamiento estratégico, tal y como analiza, razona y decide, un integrante de un equipo de marketing de alto rendimiento de una empresa que convive en un ambiente volátil, incierto, complejo y ambiguo (VUCA).

3

Entender la gestión empresarial desde un modelo ético y responsable que hagan compatibles las ambiciones de las empresas con el respeto a las necesidades y expectativas de los grupos de interés en un escenario frágil, ansioso, no lineal, e incomprensible (BANI).



V.METODOLOGÍA

1

Las clases son en línea por medio virtual usando la plataforma zoom,

2

Las clases son participativas y con trabajos grupales

3

El curso evaluará la participación del alumno, los controles y el TAF

4

La participación pondrá en evidencia la evolución del alumno.

5

Los controles serán grupales en las fechas que indique el profesor

6

Trabajo aplicativo final (TAF), es un trabajo integrador del curso

7

Participación	30%
Controles	30%
TAF	40%

8

El participante que haya aprobado con 14 o mas recibirá un diploma en PDF

VI. RESUMEN DE CONTENIDOS

Sesiones 1 y 2: Introducción al marketing moderno

- Importancia del marketing en la empresa.
- Marketing verde / Macro-marketing / Marketing interno / Marketing Social / Neuromarketing / Marketing Sensorial / Marketing B2B / Marketing B2C / Marketing Personal / Email Marketing / Marketing Relacional / Marketing Viral / Marketing Digital / Marketing Mix 4A / Marketing de Servicios / Geomarketing / Marketing Deportivo / Etnomarketing / Scent Marketing

Sesiones 3 y 4: Prácticas de mercado ganadoras

- Ganar a través de la más alta calidad
- Ganar a través del servicio superior
- Ganar a través de los precios más bajos
- Ganar a través de la más alta participación en el mercado
- Ganar a través de la adaptación y la personalización
- Ganar a través del mejoramiento sostenido del producto
- Ganar a través de la innovación del producto
- Ganar a través del acceso a los mercados en alto crecimiento
- Ganar a través de la superación de las expectativas del consumidor

Sesiones 5 y 6: Marketing digital y comunicación

- La gran idea.
- Contar historias
- La propuesta
- Tu posicionamiento

VI.RESUMEN DE CONTENIDOS

Sesiones 7 y 8: El poder de la estrategia en los negocios y el marketing

- ¿Qué es estrategia?
- Estrategia de posiciones
- Estrategia de la innovación
- Estrategia del océano azul
- Estrategia de la reinención
- Enfoque

Sesiones 9 y 10: Estrategia de crecimiento con marketing online

- ¿Estamos creciendo o estamos retrocediendo?
- Marketing digital con resultados
- Menos, es más
- La venta estratégica
- La optimización estratégica
- Plan de atención estratégica
- Intención estratégica
- Enfoque estratégico

DOCENTE

MBA MARCO NUÑEZ ZEVALLOS

Grados y certificaciones

MBA (Universidad del Pacífico - Perú) y Máster en Marketing & Dirección Comercial (EAE Business School / Universidad Politécnica de Cataluña - España), Oficial de Marina de Guerra del Perú (Escuela Naval del Perú).

Experiencias

Durante los últimos veinte años de trayectoria profesional, desempeñó cargos directivos en escuelas de posgrado españolas, mexicanas y peruanas, con amplia visión en aspectos vinculados al relacionamiento, liderazgo, estrategia y dirección de equipos de marketing, comercial y de gerencia.

Docente universitario en CEDEU (España), Universidad Católica San Pablo (Perú), UCAL (Perú), Director en escuela Posgrado U. de Lima, Director Comercial USIL conferenciante, consultor / capacitador en empresas, conductor en programa de conversatorios con expertos.

Formador en temas de estrategia comercial para empresas peruanas y colombianas en formatos virtuales y/o presenciales



INICIO: AGOSTO 2023



TELÉFONOS

Fijo 704 0656
Movil: 906 029 422



CORREO ELECTRÓNICO

contactos@enfoquecliente.com

REQUISITOS

Conocimientos básicos sobre ventas, Contar con PC o Laptop con cámara, micrófono y audio, conectada a internet,

Descargar Zoom,

Interés en investigar, estudiar y participar clase,

Duración: 1 mes

Horarios disponibles (1 clase semanal) :

Martes de 7:00pm a 10:15pm

Viernes de 7:00pm a 10:15pm

Domingos de 10am a 1:15pm

Precio del curso S/520, Consultar precio especial por temporada y/o Fraccionamiento directo.

Abonos a la cuenta corriente:

Soles:

BCP 191-2264-755-011

CCI: 00219100226475501154

A nombre de ENFOQUE CLIENTE,
RUC 20600645677,

Envíanos el Voucher a
cobranzas@enfoquecliente.com.

Indicar si deseas boleta o factura electrónica para comprobante de pago.

SÍGUENOS



<https://www.facebook.com/EnfoqueClientePE/>



<https://www.linkedin.com/company/10118577/admin/>

www.enfoquecliente.com

