

ESTRATEGIAS DE MARKETING Y GESTIÓN DE VALOR

Duración: 250 Horas (Modalidad E-learning)
Código SENCE: 1238037792

OBJETIVO GENERAL

A través de este curso, Chile Capacita busca desarrollar en los participantes las competencias necesarias para aplicar estrategias de marketing y gestión de valor en sus organizaciones, respetando procedimientos adecuados.

Este curso está orientado a profesionales y trabajadores que buscan fortalecer sus habilidades en marketing y gestión de valor, abordando aspectos clave como el marketing estratégico, la conducta del consumidor, el marketing de servicios y la comunicación digital integrada. La capacitación ofrece una perspectiva actual sobre las habilidades necesarias para optimizar la calidad del servicio, mediante un adecuado análisis de los diversos fenómenos que pueden presentarse en el ámbito organizacional.

La experiencia formativa proporcionará herramientas prácticas y metodologías que permitirán a los participantes optimizar sus estrategias de marketing, promoviendo un entorno organizacional eficiente, motivador y orientado al alto desempeño.

CONTENIDOS:

MÓDULO 1: INTRODUCCIÓN AL MARKETING ESTRATÉGICO

- ✓ Introducción.
- ✓ Historia y definición de Marketing estratégico.
- ✓ Comprender ¿Qué es el Marketing? ¿Quién es el cliente?
- ✓ Conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes entender las conductas y sus influencias.
- ✓ Buscar nuevos mercados
- ✓ Identificar segmentos de mercado potenciales
- ✓ Descubrir nuevas formas de generar valor y de llegar al cliente.
- ✓ Orientar a la empresa en busca de nuevas oportunidades que generen mayores retornos.

MÓDULO 2: CONDUCTA DEL CONSUMIDOR

- ✓ Introducción.
- ✓ Énfasis en el consumidor, simbolismo y consumo.
- ✓ El complejo y particular mundo del consumidor.
- ✓ Etnografía de la data: rentabilizando la información.
- ✓ ¡La experiencia es todo!, lectura de un capítulo de Dan Ariely.

MÓDULO 3: MARKETING DE SERVICIO

- ✓ Comprender la naturaleza de los servicios y cómo se utiliza el marketing para su gestión.
- ✓ Orientación al mercado de una empresa de servicios.
- ✓ Comprender en profundidad como se componen las expectativas de los clientes y aplicar estrategias que influyen sobre los factores que forman parte de ellas.



- ✓ Gestionar los factores que influyen sobre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes.
- ✓ Estrategia clave: "Creación de valor para los clientes"

MÓDULO 4: COMUNICACIÓN E INTEGRACIÓN DIGITAL

- ✓ Marketing tradicional vs Marketing Digital
- ✓ Fidelización de clientes, ventajas y desventajas
- ✓ Análisis de casos y aplicaciones reales.

METODOLOGÍA:

El diseño de un curso de e-learning incluirá una combinación de las siguientes metodologías pedagógicas:

Métodos expositivos: se pone el énfasis en la "absorción" de nueva información. Los métodos expositivos incluyen presentaciones, estudios de caso, ejemplos desarrollados y demostraciones.

Métodos de aplicación: se pone el énfasis en los procesos activos que emplean los alumnos para realizar tareas de procedimiento o basadas en principios para adquirir nuevos conocimientos. Los métodos de aplicación incluyen el método de demostración-práctica, material de apoyo para el trabajo, ejercicios basados en casos o en escenarios, juegos de rol, simulaciones y juegos serios, investigación guiada y trabajos de proyecto.

Métodos colaborativos: se pone el énfasis en la dimensión social del aprendizaje y motivan a los alumnos a compartir conocimientos, realizando tareas de manera colaborativa. Estos métodos incluyen discusiones guiadas en línea, trabajo colaborativo y tutoría entre iguales.

EVALUACIÓN

En cada módulo, los participantes realizarán pruebas evaluativas para reforzar los conocimientos adquiridos. Al concluir todos los módulos, deberán completar una evaluación final, requisito indispensable para aprobar el programa y obtener la certificación correspondiente.