

Diplomado en Marketing y ventas

Escuela de negocios - FCE - UNCuyo
Programa Académico

Director: Prof. Lic. Gustavo Maddio
2018

FUNDAMENTO DE LA PROPUESTA

En nuestro mundo actual globalizado resulta realmente importante tener claro y saber aplicar todas las herramientas que ofrece el Marketing, ya sea siendo parte de una empresa grande, mediana o pequeña. Pero antes de llegar a aplicarlas, primero hay que saber de qué se tratan cada una de ellas, entender sus objetivos y sobre todo tener la capacidad para poder implementarlas.

OBJETIVOS

El programa tiene como objetivos los siguientes:

- Conocer los procesos de creación de demanda.
- Aplicar las distintas formas de marketing experiencial.
- Integrar la innovación como medio para lograr propuestas de valor y diferenciación.
- Comprender en forma integral el ecosistema del marketing digital y su integración al negocio.
- Diseñar y aplicar una exitosa propuesta de valor.
- Entender el fenómeno comercial, desde la comprensión y desarrollo de la estrategia a la gestión de la experiencia.
- Definir y desarrollar herramientas para la gestión comercial.
- Implementar un plan comercial con un fuerte énfasis en la venta.
- Evaluar el rol de las partes del plan, así como el impacto de cada decisión en la implementación y puesta en marcha.
- Revisar, evaluar y mejorar las prácticas de dirección de ventas dentro de la empresa.
- Planificar las estructuras comerciales necesarias para lograr a través de los equipos de venta, el relacionamiento sólido con la cartera de clientes.
- Identificar las herramientas necesarias y efectivas, para que los equipos comerciales logren su profesionalización de cara a mercados cada vez más demandantes.
- Adquirir habilidades y competencias relativas a las temáticas de liderazgo, motivación y la gestión del capital intelectual en equipos de trabajo orientados al alto rendimiento.
- Desarrollar habilidades para ser un coach efectivo de los miembros de su equipo de trabajo, a fin de optimizar su productividad.
- Determinar el impacto de las decisiones comerciales en los resultados.
- Conocer y aplicar el proceso para formular y evaluar un proyecto de negocios.
- Aprender a identificar las variables críticas que condicionan el éxito de los proyectos.

DESTINATARIOS

El programa está dirigido a empresarios y graduados universitarios que hayan desarrollado funciones en áreas técnicas, contables, comerciales y administrativas en un plazo no menor de

4 años. El postgrado está limitado a un máximo de 30 alumnos, con el fin de establecer una buena relación alumnado profesorado y permitir el seguimiento y evaluación del rendimiento personal. Dominio del inglés a nivel de lectura.

METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE

El programa insta al alto contenido de integración e intercambio entre los participantes dentro y fuera de las instalaciones. Esto se logra a través de la aplicación de múltiples metodologías de enseñanza, tales como el desarrollo y resolución de casos, trabajos grupales y en equipo, visitas de profesionales en cada uno de las materiales y resoluciones posibles de algunas situaciones particulares, entre otras.

- Analizar las lecturas previas al dictado. (obligatoria)
- Realizar las actividades de investigación de cada una de sus empresas (obligatoria)
- Analizar el material multimedia (obligatorio)
- Responder los cuestionarios asociados. (Post dictado obligatorio)
- Responder encuestas de evaluación de profesores (obligatorio)
- Resolución de casos (obligatorio)
- Utilización de simuladores

PROGRAMA

Módulo	CONTENIDO
1	Cómo formar equipos exitosos de trabajo
2	El Marketing 360: Neuromarketing
3	Comunicación Integral: Pensando en Digital
4	Generación del valor y desarrollo de las marcas
5	Canales de Marketing y Gestión Logística
6	Habilidades Gerenciales y Coaching
7	Diseñando un Marketing Estratégico
8	Equipos comerciales: La venta exitosa
9	Omnichannel: pensando en forma integral
10	Formulación de Proyectos de Negocios
11	Sustentabilidad y Marketing responsable
12	La Internacionalización de la empresa

1. Cómo formar equipos exitosos de trabajo

LEGO SERIOUS Play es una metodología exploratoria de clase mundial, utilizada por miles de empresas a nivel global para innovar y abrir la mente en un enfoque “out of the box “. A través de herramientas prácticas y lúdicas, en una serie de ejercicios

individuales y grupales, potenciamos la creatividad, facilitando la comunicación y fomentando el trabajo colaborativo.

Este taller está basado en el aprendizaje experimental, para crear un modelo en detalle orientado al logro de los objetivos como equipo.

Nos permitirá generar un pensamiento analítico, estratégico y creativo para:

- Identificar elementos claves en la formación de equipos
- Variables relevantes para medir su desempeño
- Combinar experiencia e innovación para evolucionar como equipo.

Taller dictado por Coach internacional certificado en LEGO Serious Play

Prof. Lic. Jaime Honorato

2. Comunicación Integral: Pensando en Digital

Medios tradicionales de comunicación y su utilización en el contexto actual. Costos comparativos y eficiencia comunicacional. Planteo de alternativas analógicas y digitales. Elección del formato comunicacional adecuado al tipo de producto o servicio. El impacto de la comunicación digital. Medición de audiencias digitales. Social Media Marketing. Definición de indicadores clave. Usabilidad y experiencia de usuario: Cómo hacer productos digitales enfocados al usuario

Prof. Cdor. Guillermo Mosso

3. Generación del valor y desarrollo de las marcas

¿Qué es verdaderamente una marca? Generación de valor a través de la marca. Percepción de las marcas.

Experiencia de marca. Decisiones de marca. Todos somos marca.

Branding: proceso estratégico de construcción y desarrollo de marca. El branding no es sólo para los “grandes”. Construir una marca eficaz. Branding off y on line. Primera fase: desarrollo estratégico del branding. Análisis de la personalidad corporativa. Análisis de la competencia. Análisis del escenario estratégico. La magia de las 5 “c”. Conectar emocionalmente. Segunda fase: Implementación. Identidad visual. Identidad visual corporativa. Imagen y percepciones.

Tercera fase: gestión de la imagen. Creación de Brand Equity. Cálculo del BE. Administración del BE: reforzamiento, revitalización, manejo de crisis de marca.

Prof. Lic. Federica Guevara

4. Canales de Marketing y Gestión Logística

Creación de valor, cadena de valor y cadena de suministro; el nuevo rol del profesional de Marketing / Ventas. Canales de marketing, sus facilitadores. Funciones de los

canales. Estrategias de “Push y Pull”. Ejecuciones exitosas “multicanales” de empresas líderes. Decisiones en el diseño de canales. Evaluación y evolución de canales. Conflictos. Canales de marketing en empresas de servicios. Mediciones de la satisfacción de clientes.

Gestión logística. Diseño del “modelo” logístico. 3 formas de planificar o diseñar la logística de mercado. Elementos claves para el diseño. La gestión logística y la transformación digital. Indicadores claves de medición. Costos versus la experiencia del cliente. Evaluación de la “cadena de valor”. El “nonstop customer”. Sus características. Mejorando la experiencia del cliente. Su evaluación.

Prof. Cdor. Daniel Gonzalez

5. El Marketing 360: Neuromarketing

Conocimiento del Cerebro. Características generales. Orígenes y Evolución. Definición. Neuromarketing vs Métodos Tradicionales. Aplicado al diseño de productos y soluciones de mercado y posicionamiento de la marca. Tecnologías y técnicas del Neuromarketing. Perfiles neurocognitivos y Marketing. Tres cerebros de los consumidores y clientes. Segmentación y Neuromarketing vs Segmentación tradicional. Aumentar ventas aplicando Neuromarketing y su relación con: los sentidos, cerebro empático y femenino.

Prof. Cdora. María del Carmen Abraham

6. Habilidades Gerenciales y Coaching

Organizaciones. Tipos de organizaciones y su evolución. Enfoques empresariales según tipos de mercados. La empresa y las relaciones humanas. El marketing y las personas. Desarrollo humano en la empresa. El gerente y la empresa. Roles gerenciales. Competencias organizacionales. La orientación social en la empresa: misión, visión y valores. Cultura y clima organizacional. Liderazgo y coaching. Motivación en las organizaciones. Teorías de la motivación. Coaching ejecutivo, coaching de equipos y coaching organizacional. La comunicación empresarial, el trabajo en equipo y el liderazgo desde la óptica del coaching ontológico. Relación entre el coaching organizacional y los mercados en un mundo competitivo.

Prof. MBA. Ing. Armando Carrasco

7. Diseñando un Marketing Estratégico

Evolución de la estrategia empresarial. Modelos de análisis estratégicos. Técnicas y herramientas necesarias para el diseño de una estrategia de marketing exitosa. Segmentación, posicionamiento y propuesta de valor. Análisis estratégico del contexto competitivo, identificación de las fuerzas de la industria y sus dinámicas. La relación entre la estrategia y el marketing. La definición del negocio a partir del cliente, conocer sus necesidades actuales y futuras, localizar oportunidades y nichos de mercado,

identificar segmentos atractivos y diseñar un plan de acción. La relación entre estrategia, organización y cultura. Diseño del modelo de negocio y plan de marketing estratégico.

Prof. Cdor. Rodrigo Aguiar

8. Equipos comerciales: La Venta Exitosa

Diseño de un equipo de ventas. Motivación hacia equipos de venta. Planificación del mercado objetivo y su cobertura adecuada. Sistemas de remuneración. La comunicación dentro de un equipo comercial.

La gestión económico-financiera de la dirección de ventas. Previsión de ventas y fijación de objetivos. Las habilidades del director de ventas. Plan de ventas

Prof. Lic. Silvio Pizarro / Lic. Gustavo Maddio

9. Omnichannel: pensando en forma integral

La Revolución digital y su alto impacto en la manera clásica de entender la relación entre consumidores y empresas. ¿Canales de Comunicación vs Canales de Distribución?

Como Identificar, satisfacer y fidelizar a un Consumidor informado, omnipresente y cambiante.

Estrategias competitivas en Retail + E Tail. La integración entre canales

Como construir capacidades digitales, ante la erosión de ventajas competitivas clásicas. Social media y su impacto en la decisión de compra. Como optimizar y medir las inversiones en canales digitales. Casos de éxito y de fracaso.

Taller práctico con casos regionales, para entender y explorar el alcance de esta revolución de omnicanalidad. Un camino sin retorno: evolucionar o quedar fuera del juego

Prof. Lic. Jaime Honorato

10. Formulación de Proyectos de Negocios

La importancia del mercado en la generación de proyectos de negocios. Metodología de estimación de ingresos "top down" y "botton up". La proyección de precios y cantidades. Monetizando la inversión en marketing. La tasa de retorno de los proyectos de negocios. El Valor actual neto de la inversión en marketing. El costo de adquisición de clientes y su recupero en el tiempo. La importancia del Marketing en la generación de valor para los accionistas.

Prof. Lic. Horacio Yenaropulos

11. Sustentabilidad y Marketing Responsable

La Ética del Cuidado. Evolución de las empresas en el tiempo, evolución de las herramientas estratégicas y la evolución de la RSE. Principales conceptos modernos de la RSE. Objetivos Sustentables de la ONU. Empresas B. Principales aspectos a tener en cuenta de la RSE en el departamento de Marketing. Informe de Sustentabilidad. Responsabilidad social empresaria en la era digital. Casos prácticos de empresas.

Prof. Cdor. Mauricio Boullaude

12. La internacionalización de tu empresa

El comercio internacional y sus vinculaciones con contexto internacional económico, financiero, político. Internacionalización de empresas. Diseño y dirección del plan de marketing internacional. Habilidades directivas y gestión de equipos departamentales. Principales áreas del entorno internacional del comercio. Gestión de la comunicación organizacional y el protocolo en el ámbito internacional. Logística distribución y transporte vinculados al comercio internacional. Aspectos fiscales y financieros del comercio internacional.

Prof. Lic. Marcelo Licanic

CUERPO DOCENTE

CDRA. MARIA DEL CARMEN ABRAHAM NEME (MBA)

- Contadora Pública Nacional UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO (ARGENTINA)
- Técnica en Sistemas de Información por la UNIVERSIDAD CATÓLICA ARGENTINA.
- Doctorando en Ciencias Económicas con Especialización en Administración, Universidad Nacional de Cuyo
- MBA con especialización en Negocios Internacionales por la Universidad de Lleida (ESPAÑA).
- Postgrado de Formación de Adultos a través de Redes Digitales de la Universidad de Murcia (ESPAÑA)
- Master en Recursos Humanos (pendiente la tesis) en Euroinnova (España)
- Socia - directora de MSR Consulting Group división España y América Latina. Directora del área de Formación de MSR
- Consulting Internacional.
- Directora Académica de Fundación Mass
- Directora de la Escuela Internacional de Neurocoaching. Directora del Master en Neurocoaching de la Escuela Europea
- de Negocios
- Profesora Titular cátedra Comercialización II – Licenciatura en Administración. Facultad de Ciencias Económicas.
- Universidad Nacional de Cuyo

- Profesora de Postgrado en Universidades Nacionales e Internacionales, en temas relacionados a habilidades directivas
- y Marketing.
- Profesora invitada en varias universidades de Europa y de América Latina.

PROF. JAIME HONORATO RUIDIAZ

- Ejecutivo (MBA) con sólida experiencia en Retail, Marcas y Consumo Masivo, en mercados de Chile, Argentina, Perú y
- Bolivia
- Liderazgo en equipos comerciales Desarrollo de negocios a nivel regional. Expertise en Omnicanal
- Desarrollo de marcas, formatos de retail y red de proveedores.
- Alta experiencia como negociador exitoso con clientes, proveedores, operadores de retail, y sindicatos.
- Consultora especializada en Coaching LEGO Serious Play
- Socio director COSAR TRADING COMPANY SA
- Empresa representante y distribuidora mercado de accesorios y artículos de cocina, hogar y tiempo libre, a nivel
- regional (Chile, Argentina, Perú, Uruguay, Bolivia).
- Socio Director División Hogar
- Marcas: Hampton Forge, Tomodachi, DynaGlo, Smash, Ecologies, Brabantia, Bonjour, entre otras
- SILFA DOREL CHILE S.A
- Empresa distribuidora y retailer en mercado de bebés, juguetes, cocina, decoración y tiempo libre, 136 USDM a nivel
- consolidado regional. Con Filiales en Perú, Panamá y Colombia, Total empleados 1,060 a Dic 2015.
- Director Comercial Corporativo
- Responsable de Compras, Marketing y Ventas en 5 áreas de negocios,
- 54 marcas a cargo. Principales: Infanti, LEGO, Avent, Pyrex, Corningware, Britax, Chicco, Jamie Oliver, Bodum, Maxi
- Cosi, Quinny, Safety 1st, Zwilling, Hampton Forge, Tiny Love, Safety 1st, Vacuvin, entre otras.
- LICENCIADO EN ADMINISTRACION Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, Argentina, 1989
- Diploma / MBA MBA Universidad ADOLFO IBAÑEZ 2002.
- Premio Excelencia Académica: promedio 6,28 (escala 1 a 7)
- Premio Asociación Post Graduados UAI, Mejor proyecto año 2002
- PROFESOR INVITADO DUOC, PUC (2010-2012), Santiago de Chile,

PROF. CTDOR. RODRIGO AGUIAR

- Contador Público Nacional, Universidad Nacional de Cuyo – Argentina, MBA International Programme, Universidad
- Adolfo Ibáñez – Chile, Master en Management y Marketing Estratégico, UCES Argentina, y cursos de
- perfeccionamiento destacándose Wharton EEUU; ESADE, Universidad Carlos III y Universidad de Almería, España;

- Universidad de los Andes, Chile; UNC, Argentina, entre otros.
- Gerente Comercial y de Marketing en diversas empresas y Consultor en temas relacionados con Planificación
- Estratégica, planes comerciales y de marketing y control de gestión.
- Actualmente es Gerente Comercial de Gama Leasing, empresa dedicada al Renting y Leasing Financiero.

PROF. HORACIO YENAROPULOS

- Master in Business Administration (MBA - 1999) University of Pittsburgh - USA.
- Contador Público Nacional (Universidad Nacional de Cuyo).
- Ex Gerente de PricewaterhouseCoopers, departamento de Advisory.
- Ex CFO de Finca La Celia - Mendoza, InvertirOnline Chile
- CFO de Hidronor Chile SA
- Profesor Programas Internacionales en Finanzas, y Valuación de Empresas.

PROF. CTDOR. MAURICIO BOULLAUDE

- Contador Público Nacional y Perito Partidor (FCE-UNCuyo).
- Magister en Administración de Negocios (EMBA) "Cum Laude" (con honores) (Escuela de negocios de la Universidad Austral IAE).
- Profesor de Estrategia Empresarial en la Maestría en Administración de Negocios en la Facultad de Ciencias Económicas de la UNCuyo.
- Profesor invitado en cursos y posgrado en la UNCuyo, ADEN Escuela de Negocios, Gestión Consultores y la FUNC.
- Trabajó como ejecutivo en empresas multinacionales en Argentina, Medio Oriente y Europa.
- Actualmente es director y Consultor de empresas nacionales e internacionales en temas de Estrategia, Administración y Finanzas.
- Director y ex presidente ad honorem de VALOS AC (ONG).
- Director ad honorem de Nuestra Mendoza AC (ONG).
- Ex director ad honorem de Bodegas de Argentina AC.

PROF. CTDOR. DANIEL GONZALEZ

- En la actualidad es Gerente de Recursos Humanos de Supercanal y Seb Gerente General de Dalvian S.A.
- Fue Gerente de Recursos Humanos, Gerente de Canales de TV Abierta Región Cuyo y Gerente Comercial de UNO
- Medios.
- Entre sus cargos más relevantes se encuentra el de Director Comercial PARESA (The Coca Cola Company). Además, fue
- Gerente Comercial y Gerente de Recursos Humanos de Embotelladora del Atlántico (Coca Cola Andina Argentina).

LIC. EN ECONOMÍA MARCELO EDUARDO LICANIC

- Licenciado en Economía de la Universidad Nacional de Cuyo, con Posgrados en Comercialización y Marketing de la
- Universidad Católica de Cuyo y cursos de Negocios Internacional de la Universidad de Bath. Es columnista de mercados
- internacionales de Canal 9, Canal U, Diario Los Andes, Diario Uno y el Portal Unidiversidad de la UNC. Es Fundador y Director de Cosmopolitas Argentinean Wines, ex Gerente de Exportaciones del Grupo La Navarra de España y Area
- Manager de Europa y Latinoamérica del Grupo Familia Falasco. Profesor Titular de Finanzas Internacionales de la
- Universidad del Aconcagua en la carrera de Licenciatura en Comercio Internacional. Investigador del CIUDA en
- Mercados Internacionales.

LIC. GUSTAVO J. MADDIO

- Licenciado en Administración U.N.C. - Master en Marketing- Univ. Autónoma de Madrid - España
- MBA - Master en Administración de Negocios - UNCuyo - Tesis Aprobada y Defendida
- Profesor Adjunto Comercialización II - FCE - UNCuyo
- Profesor Jefe de Trabajos Prácticos (JTP) Comercialización I - FCE - UNCuyo
- Gerente Comercial - MADDIO HNOS. S.A.
- Responsable Financiero UNE ACMAFOR 3D - Representante en Argentina - ACMAFOR 3D
- Representante Comercial SECURE POOL (Mendoza y San Juan)
- Brand Manager GP - Marketing - RENAULT CREDIT - GROUPE RCI Banque
- BRAND MANAGER EMPRESAS - MKT RENAULT CREDIT - NISSAN FINANCIACION,
- GTE DE NEGOCIOS RENAULT CRÉDIT,

LIC. FEDERICA GUEVARA MARTINEZ

- Título de Grado Analista Universitaria en Comercialización. U.C
- Licenciada en Comercialización Universidad de Congreso, Mendoza, 16 de diciembre de 2000.
- Prof. Adjunta Comercialización I – FCE – UNCuyo
- Prof. Auxiliar Comercialización II – FCE – UNCuyo
- Estudios de post grado
- Curso De Actualización en Docencia Universitaria: Enseñar Y Evaluar En Grupos Grandes Y Pequeños. Facultad
- de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, Junio de 2004, 30 horas.
- Carrera de Posgrado de “Especialización en Docencia Universitaria”. Sistema Interuniversitario del Cuarto
- Nivel. Cursado y aprobado en su totalidad. Febrero 2007 (800 horas)

- Curso de Gestión de las Relaciones Humanas en las Organizaciones. Visión Personal. Facultad de Ciencias Económicas. UNCuyo- Mendoza, abril, Mayo y Junio de 2010, (75 Hs. Presenciales). Seis Módulos, compuestos cada
- uno por Seminarios y conferencias relacionadas al Liderazgo. Instancia evaluativa: Asistencia; tres trabajos prácticos;
- Plan de Desarrollo Personal a través de la Evaluación 360°; Taller de Aplicación evaluada por una Mesa Académica compuesta por miembros de los Comités Académico y Asesor; Monografía sobre la temática del curso.

ING. ARMANDO CARRASCO

- Coach Ontológico Profesional (AA COP - UNC)
- MBA Master of Business Administration (UCC)
- Posgraduado Especialista en Psicología Laboral (UNC).
- Posgraduado Especialista en Marketing (Univ. Río Grande do Soul)
- Ingeniero Industrial (UNC)
- Gerente de Recursos Humanos en Prear Pretensados Argentinos S.A. y José Cartellone Constr. Civiles S.A.
- Consultor Senior en “Desarrollo Organizacional”
- Coach Ejecutivo, de Equipos y Organizacional.
- Profesor entrenador en “Escuela de Negocios UNCuyo”
- Ex Gerente Regional en Asociart S.A. ART.
- Ex Director de T.I.T. (Chile - Argentina)

LIC. SILVIO ANDRES PIZARRO

- Universitario: Licenciado en Gestión de Empresas – Universidad de Viña del Mar – Chile – Año: 11/2010
- Grupo San Cristobal - Seguros Generales, 04-2015 / 12-2017
- Gerente de Sucursal Mendoza – Zona Cuyo
- Mapfre Argentina Seguros S.A., 07/2008 / 05-2015
- Gerente Regional Cuyo y Patagonia
- Mapfre Argentina Seguros S.A., 05-2003 / 07-2008
- Gerente de Sucursal de San Luis
- Mapfre Argentina Seguros S.A., 03-2001 / 05-2003
- Ejecutivo de Cuentas
- Mapfre Argentina Seguros S.A. 08-1999 / 03-2001
- Administrativo Comercial
- Mapfre Argentina ART S.A., 01-1998 / 08-1999
- Contrataciones ART

CTDOR. GUILLERMO MOSSO

- Contador Público Nacional. Experiencia laboral de más de 20 años en cargos ejecutivos en empresas privadas, sector público y en emprendimientos familiares en Mendoza, Argentina
- 01/17 – Actual SOCIEDAD de TRANSPORTE de MENDOZA (STM S.A.U.P.E.)

- Síndico Titular • Empresa de transporte local (ex Empresa Provincia de Trolebuses de Mendoza), prestadora de servicios de transporte público de pasajeros
- 09/07 – Actual CONSULTOR INDEPENDIENTE
- Consultor/Asesor • En forma directa con empresas o para equipos de consultores, brindo asesoramiento en temas de tecnología, marketing y comercialización, con especial foco en la temática vinculada a medios de comunicación, internet, call center, gestión de e-commerce, sistemas de gestión ERP, etc. Así también brindo servicios de relacionamiento tanto en el sector privado como público para fines institucionales, comerciales y de imagen.
- 04/11 – Actual MSR CONSULTING
- Consultor • Empresa internacional de consultoría y asesoramiento, tanto a organizaciones de gobierno como a empresas privadas, en materias tales como planificación estratégica, estudios de mercado, organización comercial, desarrollo organizacional, estructura organizativa, comunicación y planes de desarrollo directivo.

CERTIFICACIONES

La Escuela de Negocios de la UNCuyo entregará certificados de asistencia a las personas que completen el cursado con un mínimo del 80 % de asistencia del programa completo. Además, entregará un certificado de aprobación a los alumnos que hayan aprobado como mínimo el 80% de los casos entregados en cada uno de los módulos.