

# DIPLOMADO EN GERENCIA DE MERCADEREO



Vigilada Mineducación

Educación  
Continuada



Mayores informes  
Teléfonos: (605) 3500922  
cec@uninorte.edu.co  
[www.uninorte.edu.co/web/educacion-continuada](http://www.uninorte.edu.co/web/educacion-continuada)

## Justificación

En la actualidad las organizaciones requieren contar con personas idóneas, no solo con conocimientos sólidos en su área de desempeño, sino también con la capacidad de adaptación a las nuevas condiciones del entorno, caracterizado cada día más por su dinamismo, lo cual exige al profesional de hoy tener una capacidad de respuesta rápida para aplicar las mejores estrategias competitivas. La función de Marketing en las empresas no debe verse como una responsabilidad exclusiva de un departamento, sino como toda una filosofía de negocio integrada; como un proceso social que estaría permanentemente inspirando las directrices administrativas de la empresa. Es necesario entonces, que las organizaciones cuenten con profesionales preparados en el área de Marketing para lograr orientar la empresa efectivamente hacia el mercado, conocer las necesidades y expectativas de sus clientes e implementar estrategias acertadas relacionadas con sus productos, fijación de precios, promociones y manejo de canales de distribución. La Universidad del Norte, por intermedio de la Escuela de Negocios con el apoyo del Centro de Educación Continuada, CEC, le invitan a participar en este programa, el cual estamos seguros se constituirá en un aporte valioso para su desarrollo profesional..

## Dirigido a:

Personas que se desempeñan en el área comercial de las empresas, en las áreas de apoyo como compras, relaciones públicas, servicios u otras áreas relacionadas de cualquier compañía, así como profesionales que deseen profundizar y ampliar en las nuevas tendencias del marketing, y con las aspiraciones de ascenso a posiciones de alta responsabilidad o emprendimiento.

## Resultados de aprendizaje

- Desarrollar habilidades para comprender la dimensión estratégica y operativa del marketing, las formas y mecanismos de su aplicación en la realidad colombiana en un entorno de integración mundial.
- Entender el concepto de marketing como una filosofía de negocio que inspira permanentemente la administración en las organizaciones y conocer los alcances que implica la orientación hacia el mercado en las empresas.
- Diagnosticar y definir estrategias relacionadas con marcas, comunicación y canales de distribución tanto para empresas manufactureras, comerciales y de servicios.
- Conocer los nuevos enfoques mercadeo y su aplicación en la actualidad.

## Duración del programa

**El curso se desarrollará en un total de 9 semanas, con una intensidad de 10 horas semanales divididas en dos sesiones, para un total de 90 horas de trabajo**



# Metodología

Para el desarrollo de este programa se tendrán en cuenta diferentes recursos metodológicos, entre los cuales se incluyen exposiciones magistrales por parte del conferencista, exposiciones de los participantes, análisis de lecturas y desarrollo de casos prácticos en clase. Para el logro de los objetivos del programa es importante la activa participación de los asistentes. La metodología general del curso es aplicativa, teórico-práctica (Gamificación, trabajo participativo y colaborativo)

## Contenido

### Dirección de Marketing

Dar a conocer las herramientas conceptuales, estratégicas y operacionales del área de mercadeo para competir exitosamente en los mercados. Capacitar a los participantes en el análisis y comprensión del mercado actual, así como en el desarrollo de habilidades para diseñar estrategias que permitan a las empresas la creación de valor.

### Branding Management

Permitir que el participante adquiera los conocimientos necesarios para realizar una propuesta estratégica para el portafolio de marcas.

### Business Intelligence

Dar al participante conceptos y aplicaciones en la investigación de mercados, su importancia en los procesos de marketing, los procesos de recolección y análisis de datos la generación de propuestas para la toma de decisión el uso de esta información para el proceso de decisión de la gerencia de marketing.

### Estrategias de Geomarketing e Inteligencia Territorial

Ofrece al participante herramientas de marketing aplicados que permiten analizar la situación de un negocio mediante la localización exacta de los clientes, puntos de venta, sucursales, competencia, localizándolos sobre un mapa digital o impreso a través de símbolos y colores personalizados.

### Estrategias de Marketing Global

Desarrollar los conceptos de marketing global para su identificación y aplicación en el marco del desempeño de las empresas en el ámbito mundial y los negocios internacionales.

### Gerencia de Ventas

Brindar a los participantes los conocimientos necesarios para dirigir equipos comerciales, empleando políticas y estrategias comerciales actuales, que le permitan dirigir un equipo exitoso.

### Social Media Marketing

Ofrece al participante una visión estratégica completa de la disciplina del Marketing Digital desarrollada en los principales medios, CMS y al proceso de ganar tráfico o atención a través de sitios de Social Media.

### Plan de Marketing Estratégico

Conocer de manera práctica los diferentes componentes del plan de marketing para su aplicación en una empresa.

# Expertos facilitadores

## HAROLD SILVA GUERRA

Ph.D in Management, University of St. Gallen (Suiza). Master of Arts in International Business Administration, Boumemouth University (Inglaterra). Magister en Administración de Empresas, Universidad del Norte. Administrador de Empresas, Universidad del Norte (Colombia). Estudios de Responsabilidad Internacional Empresarial, Fo Guang University (Taiwán). Se ha desempeñado como Director del Programa de Administración de Empresas, Director Académico y Director del Centro de Estrategia y Competitividad de Escuela de Negocios de la Universidad del Norte; Par Académico del CNA y CONACES adscritos al Ministerio de Educación Nacional para la acreditación y revisión de requisitos mínimos de diversos programas en universidades de Colombia y Perú; Par Académico de ANEAES y SINAES para la acreditación de programas de ciencias empresariales en Paraguay y Costa Rica; Consultor del Programa Expopyme; Miembro del Grupo de Investigación en Marketing (GIM); Miembro de la Red Internacional de Investigadores en Marketing (RIIM); Conferencista nacional e internacional; Actualmente se desempeña como docente-investigador-consultor de tiempo completo de la Escuela de Negocios de la Universidad del Norte en las áreas de Marketing y Negocios Internacionales.

## DAVID JULIAO ESPARRAGOZA

Magister en administración de empresas Universidad Del Norte, Especialista en mercadeo Universidad Del Norte, Economista universidad del Atlántico, Profesor Escuela de Negocios Universidad del Norte, Colombia.

## JUAN CARLOS SAENZ BRETON

Administrador de Empresas Universidad del Norte, Master of Business Administration M. J. Coles School of Business Kennesaw State University, Atlanta USA. Gerente Regional Barranquilla, Servicios Postales Nacionales S.A. Se desempeñó en el área de Mercadeo de compañías como Adpostal, León - Mejía Asociados, Siderúrgica del Norte, McDonald's Corporation, Casa Inglesa y Rohm and Haas, entre otras.

## JOSÉ FERNANDO CÓRDOBA LÓPEZ

Doctorante en Ciencias Económicas de la Universidad de La Habana; Magíster en Organizaciones MsC. Perfil y Formación como investigador de Organizaciones, Universidad del Valle; Magíster en Mercadeo MsC®, Universidad LIBRE; Especialización en Gerencia de Negocios Comerciales, Universidad ICESI; Especialización en Comercio Exterior y Economía Internacional, Universidad Santiago de Cali; Administrador de Empresas, Universidad Santiago de Cali. Con amplia experiencia en el área de marketing en el sector real, emprendimiento empresarial y docencia.

## DANN PAYARES AYOLA

Maestría en Finanzas. Universidad Externado de Colombia. Economista. Universidad del Norte. Consultor en temas relacionados con el análisis exploratorio de datos espaciales, economía espacial y georreferenciación. Director de proyectos de investigación aplicada para el Centro de Consultoría y Servicios y la Dirección de Investigación, Desarrollo e Innovación – DIDI- vinculadas a la Universidad del Norte. Coordinador del Centro de Análisis Técnico y Desarrollo Inmobiliario de la Lonja de Propiedad Raíz de Barranquilla.

# Expertos facilitadores

**HAROLD SILVA GUERRA**

**JHONNY FAYAD**

Magister en Administración de Empresas, con más de 25 años de experiencia en el área comercial y de mercadeo, en temas estratégicos, tácticos y operacionales. Ha sido directivo de compañías grandes en Colombia como Carulla y Terpel Colombia (actualmente), en las áreas de mercadeo y comercial. Consultor de empresas en Diseño Estratégico, Cultura de Servicio, Gerencia Comercial. Profesor universitario desde el año 2000 en la Universidad del Norte a nivel de posgrados, en temas de Liderazgo, Gerencia Comercial y de Ventas, Gerencia de Servicios, Gerencia Estratégica de Mercadeo y Desarrollo Organizacional. Ha trabajado en los siguientes sectores en Colombia: retail de grandes superficies; telefonía celular; transporte terrestre de pasajeros con empresas nacionales; ferreterías de amplio formato; distribuidoras de aceites; sector bancario, empresas manufactureras, entre otros.