SOCIEDAD NACIONAL DE INDUSTRIAS

Programa de especialización en Marketing Estratégico

CFE | SNI

SOCIEDAD
NACIONAL DE
INDUSTRIAS

Con este programa podrás adquirir los conocimientos para establecer un correcto plan de Marketing, puedes ingresar a los cursos de manera independiente o en conjunto obteniendo grandes descuento.

Programa de especialización en
Marketing Estratégico

Investigación de Mercados	Segmentación y Posicionamiento	Plan de Marketing	Programa con los 3 cursos
Constancia de Participación **Modular**	Constancia de Participación **Modular**	Constancia de Participación **Modular**	Constancia de Participación **Programa de Especialización**

Módulo I:

Investigación de Mercados

SOCIEDAD
NACIONAL DE
INDUSTRIAS

Objetivo:

El participante será capaz de definir su segmento(s) objetivo y el posicionamiento de su marca con el fin de dirigir los esfuerzos a satisfacer necesidades específicas y diferenciarse de la competencia en la mente del consumidor.

Investigación de Mercados

Sesión 1:
- Introducción a la Investigación de Mercados.
- Introducción a la Investigación de Mercados. El proceso de investigación.

Sesión 2:
- Fuentes de información. Ejercicios grupales en clase.
- Tipos de investigación y diseño metodológico. Elaboración de briefing.

Sesión 3:
- Investigación Cualitativa: teoría, técnicas y herramientas.
- Investigación Cualitativa: Elaboración de Guías de Pautas y de Indagación.

Sesión 4:
- Investigación Cualitativa: práctica.
- Investigación Cualitativa: análisis y elaboración de informe cualitativo.

Sesión 5:
- Investigación Cuantitativa: teoría, técnicas de muestreo y escalas de medición.
- Investigación Cuantitativa: Elaboración de encuesta.

Sesión 6:
- Investigación Cuantitativa: Práctica (ir al campo a aplicar encuestas)
- Investigación Cuantitativa: Tabulación de resultados, análisis y elaboración de informe (estructura y gráficos)

Módulo II:

Segmentación y Posicionamiento

SOCIEDAD NACIONAL DE INDUSTRIAS

Objetivo:

El participante será capaz de identificar y definir el problema que motiva el estudio y diseñar una metodología que otorgue información útil y actual para la toma de decisiones.

Segmentación y Posicionamiento

Sesión 1:

- Definición, criterios y técnicas de segmentación de mercados.
- Ventajas y limitaciones.

Sesión 2:

- Segmentación demográfica
- Segmentación conductual

Sesión 3:

- Segmentación psicográfica
- Taller grupal

Sesión 4:

- Segmentación psicológica
- Taller creativo: aplicación de la segmentación psicológica en las variables del marketing

Sesión 5:

- ¿Qué es y qué no es Posicionamiento?
- Utilidad y justificación del Posicionamiento

Sesión 6:

- Bases psicológicas del posicionamiento.
- Definición de la estrategia de Posicionamiento.

Módulo III:

Plan de Marketing

SOCIEDAD
NACIONAL DE
INDUSTRIAS

Objetivo:

El participante será capaz de elaborar un plan a largo plazo donde se formulen estrategias de marketing que logren cumplir los objetivos cuantitativos y cualitativos de la alta gerencia o directorio.

Plan de Marketing

Sesión 1:

- El Marketing en la actualidad: Post-pandemia.
- Concepto de Plan de Marketing y estructura.

Sesión 2:

- Análisis del entorno externo
- Matriz Estratégico de Factores Externos (MEFE)

Sesión 3:

- Análisis del entorno interno
- Matriz Estratégico de Factores Internos (MEFI)

Sesión 4:

- Matrices de Marketing
- Comportamiento del Consumidor

Sesión 5:

- Definición del Presupuesto de Marketing
- De las 4 Ps a las 4 Es

Sesión 6:

- Definición del Marketing Mix
- KPIs de Marketing

Certificación a nombre de la **Sociedad Nacional de Industrias**

Certificación por Módulo

Por curso aprobado

Certificación por Programa de especialización

Por cada curso aprobado

Certificado de Especialización

Para obtener la certificación, el alumno no debe superar el 30 % de inasistencias del total de horas de clases y debe tener nota final aprobatoria.

Metodología:

Metodología:
*40% teórico
*60% práctico

Modalidad ofrecida:
Virtual
6 sesiones de 3h c/u (Por Curso)

Horas:
18h cronológicas.
Por Curso.
54h Programa

Grupo:
Máximo 30 personas.

Fecha de Inicio:

27 de Setiembre

Horario: 7 a 10 pm

Fechas:

I. Mercado: 27 y 29 de setiembre, 4, 6, 11 y 13 de octubre.

Segmentación: 18,20, 24 y 26 de Octubre, 3 y 8 de Noviembre.

Plan de Marketing: 10, 15, 17, 22, 24 y 29 de Noviembre.

INVERSIÓN MÓDULAR:

Curso de

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS /SEGMENTACIÓN Y POSICIONAMIENTO / PLAN DE MARKETING

Modalidad: virtual

18 horas (c/u)

Precio Asociado	Desde 4 participantes	Público en General
S/520.00	S/487.50	S/650.00

Descuentos por pronto pago del Programa:

	Por los 3 módulos	Descuento aplicado	Monto real (3 módulos independientes)
Preventa y Socios:	**1404.00**	**10%**	1560.00
Corporativo desde 4:	**1316.25**	**10%**	1462.50
Público en General:	**1657.50**	**15%**	1950.00

Muchas Gracias!

Cualquier consulta no dudes en llamarme.

Javier Ramos Ramos

Ejecutivo del Centro de Formación Empresarial - SNI

jramos@sni.org.pe

+91 943 749 950