



## DESCRIPCIÓN

El objetivo de este curso es proporcionar habilidades, conocimiento y apreciación del marketing y su interacción con las áreas y operaciones técnicas de una empresa. Se cubre una amplia variedad de temas incluso habilidades de comunicación, estudio del mercado y análisis, benchmarking, tendencias, el impacto del ambiente, pronóstico de evaluación tecnológica, análisis de riesgo, ventas y satisfacción del consumidor, publicidad y comunicaciones integradas de marketing, fijación de precios, productos y marca.

## OBJETIVOS

Usted aprenderá:

- Explicar los elementos de marketing.
- Describir varios tipos de medios y su valor para el programa de marketing.
- Entrenamiento sobre marca para gente no involucrada al marketing.
- Comunicar los objetivos y estrategias de marketing a gente no involucrada al marketing.

- Resolver inconsistencias entre los elementos del marketing.
- Motivar a los equipos de venta.
- Interpretar la investigación de mercado.
- Analizar los impactos del medio ambiente y tecnológico.
- Solucionar temas de satisfacción del cliente.
- Dirigir un ejercicio de Benchmarking.
- Presentarse a la alta gerencia.

## DIRIGIDO A

Gerentes, subgerentes y supervisores de ingeniería que tienen poca o ninguna exposición al marketing, en su formación.

## CERTIFICACIÓN

El certificado es otorgado por la Universidad de Santa Cruz de la Sierra – UPSA y es reconocido a nivel nacional.

Los participantes recibirán un certificado de participación en el curso de TÜV Rheinland Argentina S.A., reconocido a nivel internacional.

## DURACIÓN

2 días

## CONTENIDO

### Temario

- Módulo 1: Introducción al marketing.
- Módulo 2: Estrategia de marketing, investigación y análisis.
- Módulo 3: Actualizaciones tecnológicas y exploración ambiental.
- Módulo 4: Satisfacción del cliente y gestión de ventas.
- Módulo 5: Comunicaciones de marketing y publicidad.
- Módulo 6: Producto, precio y marca conclusiones: Metas y expectativas.



## **INSTRUCTOR**

### **ING. GONZALO CARRILLO**

- Con más de dieciocho años de experiencia, casi la mitad de ellos dedicados a la consultoría, formo parte de la plana docente de Incae Business School en América Central y luego como Gerente de Proyecto de Real Time Management en Perú,
- Ha conducido análisis de sectores industriales en Estados Unidos y América Latina y ha liderado proyectos en estrategia y operaciones en Perú, generando mayor valor para los clientes.
- En Incae se especializó en la dinámica de competencia de los mercados, y en el comportamiento y opciones estratégicas desarrolladas por las empresas.
- Los proyectos en Real Time Management han generado en los clientes un mayor enfoque hacia sus competencias centrales y, al mismo tiempo, han permitido incrementar su eficiencia operacional y reducir sus costos.