



**MARKETING RELACIONAL DE MARCA CON ÉNFASIS EN EL
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**
TOTAL HORAS: 160 HORAS (96 PRESENCIALES – 64 INVESTIGACIÓN)
TOTAL CICLO: 16 SÁBADOS

INTRODUCCIÓN

El diplomado explora los conceptos generales del mercadeo. Los recursos que emplea y suministra este diplomado se asocian al análisis de los consumidores, la interpretación de sus actitudes, el desempeño en el entorno de marcas y la investigación.

el eje de trabajo de este diplomado se basa en los procesos prácticos y de análisis como herramienta fundamental de publicistas y diseñadores.

OBJETIVO

- Dominar los conceptos del Marketing
- Identificar las necesidades claras para cada segmento del mercado.
- Generar estrategias claras para las necesidades de mercados emergentes y tradicionales
- Aprovechar la estructura del comportamiento de los consumidores para la implementación de planes estratégicos
- Aprender a investigar mercados

CONTENIDO

MODULO 1: 40 HORAS
Número de sesiones: 4

FUNDAMENTOS DE MERCADEO

1. Fundamentos
2. Perfiles del consumidor
3. Características de consumo



MODULO 2: 40 HORAS

Número de sesiones: 4

BRANDING

1. Arquitectura de marca
2. Impacto de marca frente a la preferencia y elección
3. Concepto deseo sobre la marca
4. Tipología del comportamiento sobre la marca

MODULO 3: 40 HORAS

Número de sesiones: 4

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

1. Comportamiento del consumidor
2. Psicología
3. Teoría de la Gestal
4. Segmentación.

MODULO 4: 30 HORAS

Número de sesiones: 3

EMPRENDIMIENTO

1. Introducción a proyecto empresarial o profesional

MODULO 5: 50 HORAS

Número de sesiones: 5

LABORATORIO

1. Laboratorio y proyecto

METODOLOGÍA

Presentación magistral del tema con aplicaciones o casos que ilustren cada uno de estos, practicas con laboratorio de investigación y presentación de proyecto final. Complemento Virtual con podcast.



SISTEMA DE EVALUACIÓN

ITEM DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE EQUIVALENTE
Asistencia	50%
Participación	25%
Investigación	25%

DIRIGIDO A

Estudiantes de todas las facultades que deseen reforzar su perfil profesional a nivel de marketing y conocer el entorno actual de los diferentes mercados; ya sea como empresario o vinculándose laboralmente al mercado de diseño o la publicidad.

PERFIL DEL ESTUDIANTE

El participante al culminar sus estudios, estará en capacidad de responder eficientemente a las necesidades cambiantes del consumidor, plantear propuestas efectivas de branding y comunicación estratégica.

COMPETENCIAS

LABORALES	PROFESIONALES/ACADEMICAS
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para conocer las etapas de un proceso de marketing • Capacidad para competir en el mercado consultores y asesores en áreas de marketing • Capacidad de elaborar un adecuado análisis comportamiento de consumidor. • Capacidad para elaborar de forma acertada una investigación de 	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar que los asistentes interrelacionen los elementos cognoscitivos que reciben durante el diplomado, con la experiencia en el ejercicio de sus funciones. • Entregar a los asistentes nuevas herramientas e instrumentos que puedan mejorar la gestión de mercadeo.



<p>mercados.</p> <ul style="list-style-type: none">• Capacidad de entender los procesos de marketing para la toma de decisiones y construcción de marca.	
--	--