



POSTGRADO EN

DIRECCIÓN DE MARKETING

HORARIO INTENSIVO

INVERSIÓN

\$ 1,620 + \$ 50

(proceso de admisión y curso propedéutico)

6 cuotas de \$270

+ \$ 50

(proceso de admisión)



DESCRIPCIÓN

Este programa de alta calidad abarca temas desde la investigación de mercados y el comportamiento del consumidor, hasta las estrategias promocionales. El objetivo general es desarrollar profesionales altamente calificados en el área del mercadeo, brindándoles las herramientas gerenciales necesarias para que en un ambiente altamente cambiante y de consumidores exigentes, puedan consolidar ventajas competitivas sostenibles en sus organizaciones.

METODOLOGÍA

El proceso de enseñanza-aprendizaje comprenderá talleres, estudio de casos, videos, ejercicios sobre experiencia profesional y discusiones temáticas. Cada catedrático desarrollará los sistemas de evaluación de participantes a la medida del módulo correspondiente, diseñará estrategias de enseñanza-aprendizaje, y propondrá lecturas y tareas para evaluar a los estudiantes.

DIRIGIDO A

Profesionales que se desempeñan en el área de mercadeo como director, gerente o jefe y aquellos que están involucrados en una actividad que requiere sólidos conocimientos de mercadeo.



HORARIO

Viernes, de 6:30 p.m. a 9:50 p.m.

Sábados (de acuerdo a programación de cada módulo)

Una semana intensiva por materia internacional:

de lunes a viernes de 5:00 a 9:30 p.m. y sábado de 8:00 a.m. a 5:00 p.m. (Ver programación)

CURSO PROPEDÉUTICO

Viernes 15 de febrero **6:30 pm- 9:30 pm**

Sábado 16 de febrero **7:00 a.m. a 10:20 a.m.**

MESES

Febrero a junio 2019

MÓDULO 1

MERCADEO INTERNACIONAL

HORARIO

Viernes 22 de febrero al viernes 12 de abril

6:30 a 9:50 pm



OBJETIVO

Desarrollar en el estudiante, el conocimiento y entendimiento del ambiente de la comercialización y de los conceptos y de las herramientas globales, además de brindarle la teoría que le prepare para tomar la responsabilidad de la penetración de mercados globales exitosamente en su organización.



Mtro. José Alfonso Laínez

Director de PRAXIS-CORP, experto en Estrategia y Marketing Internacional.

Director Comercial de Carvajal Empaques.

Certificado como experto en Gestión Empresarial por el Centro de Comercio Internacional de Naciones Unidas.

Máster en Dirección y Administración de Empresas e ingeniero industrial de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, El Salvador.

MÓDULO 2

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

HORARIO

Sábado 23 de febrero al sábado 13 de abril

7:00 am a 10:20 am



OBJETIVO

Analizar el comportamiento del consumidor, orientado al desarrollo de la capacidad de análisis en sus acciones, directamente implicadas con la obtención, consumo y uso de bienes y servicios, incluyendo el proceso de decisión que precede y posterior a estas acciones.



Dr. Ernesto Montalvo

Consultor Marketing and Planning.

Doctor en Business Administration, Atlantic International University, EE. UU.

MBA, University of Southern Mississippi, EE. UU.

Licenciatura en Economía, Utah State University, EE. UU.

MÓDULO 3

DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

HORARIO

Del lunes 22 al sábado 27 de abril

Lunes a viernes **5:00 pm – 9:30 pm**

Sábados **8:00 am – 5:00 pm**



OBJETIVO

Mostrar a los estudiantes una guía lógica para el desarrollo de productos y los diferentes métodos para estimular la creatividad. Al final del curso el alumno deberá ser capaz de:

- Explicar los aspectos básicos que conforman un producto.
- Dominar al menos un proceso para el desarrollo de nuevos productos.
- Comprender cómo estimular su propia creatividad.



Dr. Mario Arámbula (México)

Director de Consultoría, Mejores Prácticas de Capital Humano, Human, S.A. de C.V.

Doctorado en Administración, Especialidad en Desarrollo Organizacional, Universidad La Salle

Maestría en Calidad y Productividad, Universidad La Salle.

Ingeniero Químico Petrolero, Instituto Politécnico Nacional.

MÓDULO 4

ESTRATEGIAS PROMOCIONALES

HORARIO

Del viernes 03 de mayo al viernes 28 de junio

6:30 a 9:50 pm



OBJETIVO

La perspectiva de este módulo es de hacer una inmersión de los participantes en el nuevo consumidor, con las nuevas herramientas de marketing para la promoción de una marca. No es posible seguir tratando al consumidor con herramientas que se inventaron antes de la era digital. Es por ello que la creación y desarrollo de nuevos productos no se puede ver como algo aislado al cliente/consumidor, sino como algo intrínseco a los nuevos medios, hábitos, tecnologías, etc.



Mtro. Raúl Paniagua

Director de El Laboratorio, Experience Designers
Consultor Asociado en Marketing y
Planificación Estratégica, en Rochi Consulting
S.A.

Global MBA de Thunderbird School of Global
Management y el Instituto Técnico y de Estudios
Superiores de Monterrey

Licenciatura en Comunicación Estratégica,
Escuela de Comunicación Mónica Herrera,
El Salvador.

MÓDULO 5

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

HORARIO

Sábado 04 de mayo al sábado 23 de junio

7:00 am a 10:20 am



OBJETIVO

Estudiar el proceso de investigación de mercados y se proveen las bases teóricas de las prácticas de investigación en la mercadotecnia. La materia es un curso práctico orientado específicamente a que el estudiante pueda vivenciar la experiencia de conducir una investigación de mercado desarrollando todas sus fases, desde la definición de los objetivos y las necesidades de información hasta el diseño de la metodología, la recolección, el análisis de datos y la elaboración del informe final.



Mtro. José Alfonso Laínez

Director Ejecutivo de PRAXIS-CORP, experto
en Estrategia y Marketing Internacional.

Certificado como experto en Gestión
Empresarial por el Centro de Comercio
Internacional de Naciones Unidas.

Máster en Dirección y Administración de
Empresas e Ingeniero Industrial de la
Universidad Centroamericana José Simeón
Cañas, El Salvador.

MÓDULO 6

GERENCIA DE VENTAS Y MERCADEO

HORARIO

Sábado 4 de mayo al sábado 23 de junio

sábado de 10:40 a 2:00 pm



OBJETIVO

Proporcionar al estudiante las técnicas de análisis y conceptos avanzados de mercadeo y ventas para entender y ejecutar el proceso de decisión relacionado con la comercialización de bienes y servicios; así como la administración del recurso humano del área de mercadeo y ventas.



Mtro. Mauricio Recinos

Director de Ventas por Catálogo para
Guatemala y El Salvador,
Organización Rimet S.A.

Maestría en Administración de Empresas
con especialización en Finanzas,
ISEADE, El Salvador.

Ingeniería Industrial,
Universidad Católica de El Salvador.

Proceso de INSCRIPCIÓN

1. Concertar Cita

Puede programarse en horario:

Concertar cita para entrevista, esta puede programarse en horario de 9:45 a.m a 6:00 p.m de lunes a viernes y sábados de 8:00 a.m - 11:30 M

2. Asistir a la Entrevista

Presentar la siguiente documentación el día de su entrevista:

- Fotocopia de título universitario
- Usuario en línea completo.
- Fotocopia de DUI y NIT.
- El día de su entrevista deberá cancelar \$50.00 por proceso de admisión y realizar un examen diagnóstico. Posteriormente se le indicará cuándo cancelará la primera cuota.

Contacto

E-mail: contacto@iseade.edu.sv

Teléfonos: 2212-1734 / 2212-1728 / 2212-1700

Website: www.iseade.edu.sv

