

POSTGRADO EN  
**DIRECCIÓN DE MARKETING**

Horario Intensivo

**ISEADE**  **FEPADE**  
ESCUELA DE NEGOCIOS





## DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

Este programa de alta calidad abarca temas desde la investigación de mercados y el comportamiento del consumidor, hasta las estrategias promocionales. En el postgrado y en vista de lo dinámico del mundo de negocios actual, se estudia el desarrollo de nuevos productos y el mercadeo internacional; se culmina el mismo integrando todo el contenido en la Gerencia de Ventas y Mercadeo.

Consistente a su carácter moderno e integrado, el postgrado es impartido tanto por catedráticos nacionales como por catedráticos internacionales con una amplia experiencia gerencial y con sólidas bases académicas.

## OBJETIVO GENERAL

Desarrollar profesionales altamente calificados en el área del mercadeo, brindándoles las herramientas gerenciales necesarias para que en un ambiente altamente competitivo y de consumidores exigentes, puedan consolidar ventajas competitivas sostenibles en sus organizaciones.

## DIRIGIDO A

Profesionales que se desempeñan en el área de mercadeo y aquellos que están involucrados en una actividad que requiere sólidos conocimientos de mercadeo.

## 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.



# MÓDULOS

1

## Comportamiento del consumidor

**Catedrático:** Dr. Ernesto Montalvo

**Programación:** 14,15, 22 y 29 de febrero; 7, 14, 21 y 28 de marzo

**Horario:** Viernes de 6:30 p.m. a 9:50 p.m. y sábado de 10:40 a.m. a 2:00 p.m.

### Descripción:

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.

2

## Mercadeo internacional

**Catedrático:** Mtro. José Alfonso Laínez

**Programación:** 6, 7, 13,14, 20 y 21 de marzo; 3 y 4 de abril

**Horario:** Viernes de 6:30 p.m. a 9:50 p.m. y sábado de 7:00 a.m. a 10:20 a.m.

### Descripción

Desarrollar en el estudiante, el conocimiento y entendimiento del ambiente de la comercialización 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.

# CATEDRÁTICOS



## 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.



## José Alfonso Laínez

Director Ejecutivo de PRA-XIS-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.



# MÓDULOS

3

## Desarrollo de nuevos productos

**Catedrático:** Dr. Mario Arámbula (México)

**Programación:** Lunes 13 al sábado 18 de abril

**Horario:** Lunes a viernes 5:00 p.m. a 9:30 p.m. y sábado 8:00 a.m. a 5:00 p.m.

### Descripción:

Se mostrará a los estudiantes una guía lógica para el desarrollo de productos, los diferentes métodos para estimular la creatividad, así como ejemplos y prácticas sobre los temas enseñados. 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.

4

## Estrategias promocionales

**Catedrático:** Mtro. Raúl Paniagua

**Programación:** 24 de abril; 8, 15, 22 y 29 de mayo; 5, 12 y 19 de junio

**Horario:** Viernes de 6:30 p.m. a 9:50 p.m.

### Descripción:

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.

# CATEDRÁTICOS

## 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.

## Raúl Paniagua



Director de El Laboratorio, Experience Designers y 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.



# MÓDULOS

5

## Investigación de mercados

**Catedrático:** Mtro. José Alfonso Laínez

**Programación:** 25 de abril; 2, 9, 16, 23 y 30 de mayo; 6 y 13 de junio

**Horario:** Sábado de 7:00 a.m. a 10:20 a.m.

### Descripción:

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.

6

## Gerencia de ventas y mercadeo

**Catedrático:** Mtro. Mauricio Recinos

**Programación:** 25 de abril; 2, 9, 16, 23 y 30 de mayo; 6 y 13 de junio

**Horario:** Sábado de 10:40 a.m. a 2:00 p.m.

### Descripción:

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.

# CATEDRÁTICOS

## José Alfonso Laínez

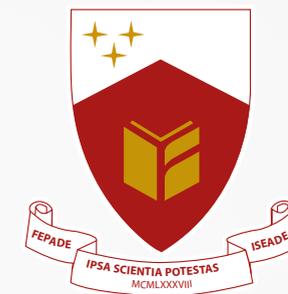


Director Ejecutivo de PRA-XIS-CORP, experto en Estrategia y Marketing Internacional. Certificado como experto en Gestión Empresarial por el Centro de Comercio Internacional de Naciones Unidas. Máster en Dirección y Administración de Empresas e Ingeniero Industrial de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, El Salvador.

## 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.



## DURACIÓN

Febrero a junio de 2020

**5 meses**  
**180 horas**

## INVERSIÓN

**US\$ 1,620**

FORMA DE PAGO

6 cuotas de  
**US\$ 270 c/u**

## REQUISITO

**Poseer título**  
**universitario**

## EVENTOS INFORMATIVOS

**Desayuno informativo**  
**Miércoles 22 de enero 7:30 a.m.**

**Reuniones informativas**  
**Miércoles 29 de enero 6:30 p.m.**  
**Miércoles 5 de febrero 6:30 p.m.**

# INSCRIPCIÓN

**1**

## **Agendar entrevista**

**Puede programarse en horario:**

Lunes a viernes:  
9:45 a.m.-12:00 m.  
2:00 p.m.- 6:00 p.m.

Sábado:  
8:00 a.m. - 11:30 a.m.

**2**

## **Asistir a entrevista**

**Con la siguiente documentación:**

- Usuario en línea completo
- Fotocopia de DUI y NIT
- Fotocopia de Título Universitario.

**3**

## **Cancelar primera cuota**

Al finalizar la entrevista en caja ubicada en ISEADE.

## CONTÁCTANOS

**E-mail: [contacto@iseade.edu.sv](mailto:contacto@iseade.edu.sv)**

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

**Whatssap: 7971-9877 / 7340-6337**

