

Diplomado en Administración y Marketing

Programa de Formación: Diplomado en Administración y Marketing

Modalidad: virtual

Acredita: 300 horas de estudio.

Requisitos: no posee

Diplomado en Administración y Marketing

Introducción: El mundo del mercado actual está en constante cambio y es preciso que quienes quieran ostentar posiciones de liderazgo cuenten con habilidades y estrategias para poder adaptarse al mundo cambiante: Adaptación al mercado en la red, gestión de las estructuras de una entidad comercial, buen manejo del trabajador en forma presencial y remota, etc.

Objetivos Generales: Formar recursos humanos capaces de liderar un equipo en negocios presenciales, virtuales y/o bimodales.
Formar recursos humanos capaces de gestionar una marca y/o un producto

Metodología: El estudiante recibirá el material de estudio obligatorio en formato pdf y/o audiovisual para poder llevar adelante su proceso de aprendizaje. El material está creado significativamente, en forma precisa y concisa, para facilitar el desarrollo del aprendizaje. También estará disponible un dossier con material de lectura optativo para ampliar conocimientos.

Las evaluaciones se realizarán por cada módulo estudiado y al finalizar la cursada un trabajo Integrador Final a modo de cierre del diplomado.

Contenidos a desarrollar

Módulo I Administración Estratégica

- ¿Qué es la administración estratégica?
- Niveles de planeación estratégica
- La dirección estratégica
- Organización del proceso de la planeación estratégica
- Desarrollo de los puntos de la misión
- Análisis externo – interno
- Tipos de estrategia
- Concepto de diseño y planificación
- La gestión estratégica
- La matriz DAFO

Instituto Red Formar

Módulo II Administración y Habilidades Gerenciales

- Administración del Capital Intelectual y Fuerza de Trabajo
- La Comunicación
- Benchmarking
- Autodesarrollo
- Rasgos, Actitudes y Comportamientos del Líder
- Habilidades de un líder
- Habilidades Gerenciales

Módulo III Negocio en línea

- El mundo digital
- Digitalización de los procesos de mercadotecnia
- Interconectividad y Comunicación
- Las 4 F'S del Internet
- E-marketing
- Herramientas del e-marketing
- Estrategia básica para entrar al negocio en línea
- Aspectos comerciales
- El cliente del siglo XXI
- Segmentación en e-marketing

Módulo IV Plan de Mercadotecnia

- ¿Qué es el plan de mercadotecnia?
- Situación Interna
- Políticas de producto
- Análisis del entorno
- Supuestos de mercado, oportunidades y amenazas
- Mercado Meta
- Plan de Acción
- Estrategia del Producto
- Presupuesto
- Resultado y Control

Módulo V Procesos de Comunicación Humana

- La comunicación humana
- Comunicación verbal y no verbal y sus implicaciones
- La comunicación en relación con algunas teorías
- Factores implicados y la obstaculización de la comunicación
- Comunicación y la familia como sistema
- La comunicación en Grupo
- Comunicación y Coaching humanista