

Diplomado GERENCIA DE MERCADEO Y VENTAS PARA INGENIERÍA Y ÁREAS AFINES.

Vigilada Mineducación

JUSTIFICACIÓN

La forma como se realizan los negocios en el mundo moderno, requiere que las empresas tengan claridad de los procesos críticos que conlleva el comercializar productos o servicios en medio de la agresividad de la competencia a través de redes sociales e internet y donde la tecnología avanza tan rápido que no alcanzamos a asimilar sus ventajas o desventajas. Es por esto que las empresas que realizan ventas especializadas necesitan ingenieros que posean muy buenos conocimientos técnicos pero que además hayan desarrollado las competencias necesarias para llevar a cabo con éxito un proceso comercial que se adapte a estas nuevas tecnologías.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ▶ Fijar pautas para la planeación de las actividades gerenciales en empresas de servicios de ingeniería, logrando una visión de lo que representa la administración y el proceso administrativo aplicado a éste tipo de organizaciones
- ▶ Conocer los elementos estructurales que determinan las características inherentes al mercado específico, con el fin de establecer decisiones por tomar para adaptarse al mismo, de manera competitiva.
- ▶ Identificar los procesos y procedimientos que le permiten llevar a cabo una labor de investigación de mercado, que optimice los recursos disponibles para tal fin, derivando una información representativa y confiable de la población objetivo en estudio, para orientar la toma de decisiones pertinentes en la empresa de servicios de ingeniería.
- ▶ Adoptar las estrategias de mercadeo que mejor respondan a los escenarios identificados en la investigación de mercado, en concordancia con las condiciones y potencialidades de la empresa de ingeniería y su población objetivo.
- ▶ Reconocer el servicio al cliente como la estrategia de mercadeo que hace competitiva a una empresa y a partir de la cual se puede construir una cultura del servicio.
- ▶ Diferenciar las tendencias y novedades en marketing y ventas, que actualmente orientan los procesos comerciales, con énfasis en la personalización y fidelización de los clientes y en un entorno ligado a la prestación de servicios de ingeniería y áreas afines.
- ▶ Analizar las estrategias de Mercadeo relacional y c.r.m., que son susceptibles de implementar en las organizaciones de ingeniería, a partir del uso rentable de los instrumentos del mercadeo directo.
- ▶ Realizar el proceso de planeación de la gestión de ventas, a partir de la determinación de los segmentos potenciales objetivo, hasta la definición del equipo de trabajo requerido para cada uno de ellos.
- ▶ Formular el plan estratégico de mercadeo para la empresa de servicios de ingeniería, que considere todos los requerimientos que hagan viable y rentable su puesta en marcha, en función de los objetivos organizacionales.

OBJETIVO GENERAL

Proporcionar a los participantes los conocimientos, metodologías, técnicas y herramientas conceptuales y operacionales que les permitan desarrollar las estrategias necesarias de mercadeo y ventas aplicadas a las empresas fabricantes o comercializadoras de productos o servicios industriales de tal manera que puedan llevar a cabo una valoración eficiente de las prácticas comerciales de la empresa así como la fijación de pautas que definan el diseño y la implementación de planes y proyectos mercadológicos, en función de objetivos organizacionales de rentabilidad, crecimiento, posicionamiento y competitividad esperados por la organización.

DIRIGIDO A

Estudiantes y egresados de Programas de Ingeniería de las diferentes disciplinas.

DURACIÓN

El Diplomado tiene una duración de 120 horas presenciales.

CONTACTO:

Avda Circunvalar No. 20-53
Tel: 57 1 3376680/Fax. 57 1 3362941



Fundación
Universidad de América
Código1715