

# Cursos libres y de extensión

Facultad de Mercadeo

División de Ciencias Económicas y Administrativas



Sillas Vacías

Mercadeo

## Branding I - Estrategia de Marca

SILLAS VACÍAS

El desconocimiento de estrategias y construcción adecuada de la marca afecta la experiencia que se le brinda a los consumidores. Por esta razón, la orientación sobre la gestión y desarrollo de las marcas de las organizaciones permite su posicionamiento y recordación de forma competitiva y diferenciada en el mercado. Este espacio, busca preparar a los estudiantes en el conocimiento, gestión y desarrollo de las marcas como parte del valor diferencial de las organizaciones que buscan ocupar los primeros lugares en el mercado a través, de la introducción en los conceptos generales de la marca, su importancia para la competitividad, los modelos de negocios y la gestión al interior de las organizaciones.

Por lo anterior la pregunta problema que orienta el desarrollo de este espacio académico es: ¿Cómo la construcción y gestión adecuada de las marcas permite su posicionamiento y recordación a través del ofrecimiento de una experiencia competitiva y diferenciada a los consumidores?

## Gerencia de Ventas

SILLAS VACÍAS

La reducción de las utilidades y de la rentabilidad por la aplicación de inadecuadas estrategias de ventas al interior de las organizaciones, afectan el logro de las metas financieras. Por esta razón, la aplicación acertada de técnicas de administración de ventas, contribuye a la creación de valor y sostenibilidad y proyección de las organizaciones en el mercado. El espacio académico está orientado a desarrollar la habilidad de los estudiantes para administrar un departamento de ventas, desarrollar estrategias de ventas y solucionar problemas. Para el desarrollo y orientación de los contenidos del presente syllabus, se propone la siguiente pregunta problematizadora: ¿Cómo aplicar técnicas de administración de ventas para lograr las metas financieras de las organizaciones?

Posgrado en Gerencia Negocios Internacionales

## Strategic Marketing Management

SILLAS VACÍAS

Al interior de las organizaciones actuales, la gestión de Mercadeo no logra contribuir con resultados positivos, afectando el desempeño general de las compañías disminuyendo su capacidad competitiva. Por ello la gestión y planeación estratégica de Mercadeo requiere una formulación estructurada y sinérgica que permita la creación de valor y el cumplimiento de los objetivos corporativos. Es importante que el estudiante adquiera habilidades y competencias en la creación de valor desde la formulación e implementación del plan de mercadeo.

Por lo anterior, la pregunta problematizadora que orienta el espacio académico es: ¿De qué manera la Gerencia de Mercadeo puede contribuir a la estrategia y los resultados de la organización?

	Código SAC	Modalidad	Número de créditos	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Horario	Horas	Director / Coordinador
<b>Branding I Estrategia de Marca</b>	29767	Presencial	3	3 de marzo de 2022	26 de mayo de 2022	Martes y jueves 10:00 a.m. a 12:00 p.m. Lunes y miércoles 6:00 p.m. a 8:00 p.m.		Humberto Cruz Martinez
<b>Gerencia de Ventas</b>	28077	Presencial	3	3 de marzo de 2022	25 de mayo de 2022	Martes y Jueves 8:00 a.m. a 10:00 a.m. Lunes 8:00 p.m. a 10:00 p.m. y sábado 8:00 a.m. a 10:00 a.m.		Humberto Cruz Martinezz
<b>Strategic Marketing Management</b>	29775	Presencial	3	2 de marzo de 2022	25 de mayo de 2022	Lunes y miércoles 6:00 p.m. a 8:00 p.m.		Humberto Cruz Martinez

[usantotomas.edu.co](http://usantotomas.edu.co)

☎ 601 587 8797

☎ +57 313 2048451

✉ [contacto@usantotomas.edu.co](mailto:contacto@usantotomas.edu.co)