

GERENCIA, OPERACIÓN DE MERCADOS Y COMMUNITY MANAGERS

Justificación:

La penetración de las tecnologías de información y comunicación -TIC- y la permanente evolución de los mercados han cambiado la manera en que productores y consumidores interactúan, generando nuevos desafíos y paradigmas para la difusión de información comercial, la conquista de la fidelidad del público y la construcción de marcas. Este curso explora los nuevos conceptos de mercadeo, los medios y el consumidor participativo en la era de Internet.

Objetivos Generales:

- Desarrollar habilidades en las mejores prácticas de análisis e investigación de mercados.
- Desarrollar competencias para aplicación inmediata de herramientas en medios empresariales.
- Entender el concepto de la Web 2.0 y su utilidad práctica la comunicación comercial, empresarial y organizacional.

Contenido Programático:

Módulo I. Análisis de Mercado.

- Comportamiento del Consumidor:
 - Psicología Social.
 - Psicología de Consumo.
- Fidelidad de los clientes.
- Posicionamiento.
- Relaciones con los actores del sistema de mercado.

Módulo II. Toma de Decisiones en Mercados Actuales.

- Mejores prácticas en investigaciones de mercados.
- Diagnóstico.
- Procesos.

Módulo III. Redes Sociales – Community.

- La penetración de internet en Venezuela, la evolución del mercadeo, herramientas y nociones Web 2.0.
- Teoría y práctica de la publicidad en línea, en sitios específicos, segmentada y contextual, Comparación.
- Selección de redes sociales, participación inteligente y los planes integrales de comunicación digital.
- Facebook y la interacción social aplicada en la comunicación empresarial. Herramientas y manejo adecuado.
- Twitter y el microblogging aplicado en la comunicación empresarial. Herramientas y manejo adecuado.
- Otras redes sociales aplicables en la empresa. Objetivos, indicadores, metas y medición de resultados.

A quien va dirigido:

Directores, gerentes, supervisores, y líderes con responsabilidades directas o indirectas en la toma de decisiones e implementación de campañas de promoción y comunicación en empresas, organizaciones e instituciones. Estudiantes y público en general interesado en conocer hacia donde evoluciona el mercadeo, dispuesto a asumir un papel activo en la construcción de sus marcas.

Metodología:

El desarrollo del curso aprovecha las capacidades de aprendizaje personal, debate grupal y extrapolación de los conceptos al contexto particular de cada participante, sirviéndose de:

- Presentaciones del facilitador, con el apoyo de material audiovisual, mapas mentales, láminas y videos.
- Participación guiada de la audiencia, integrando experiencias personales y posibilidades técnicas reales.
- Discusiones y reflexiones sobre la aplicabilidad de los conceptos en la Venezuela de hoy en día.

Duración:

Veinticuatro (24) horas; tres (3) días.

Síntesis Curricular del Instructor:

José Carlos Rafael Rondón

Sociólogo (Título a obtener y actualmente en tesis). Universidad Católica Andrés Bello (2015). Caracas. Profesor de educación media y diversificada a nivel regular, parasistema y educación especial (Discapacitados). Orientaciones a escribir en áreas literarias (novelas) y en las ciencias (sociales). Estudiando para ser redactor creativo y guionismo para los diferentes medios de comunicación y publicidad. Títulos publicados: EVADÁN (Obra independiente, 2007).