

PERFIL DEL PROFESIONAL

Mayra Alejandra Arenas

Economista con especialización en Alta Gerencia. Asesora de Procolombia (Proexport). Asesora de la Comisión Regional de Competitividad, facilitadora del Plan Regional de Competitividad, apoyo y asesoría comercial a empresas de Norte de Santander para lograr su internacionalización, coordinación de la elaboración y ejecución del plan de internacionalización y mercadeo de las empresas de Norte de Santander.

Juan Carlos Quintero

Administrador de Empresas, Especialista en Gerencia de Mercadeo, Master en Dirección de Marketing de la Universidad San Pablo y el Instituto Europeo de Posgrados de Madrid, España, Diplomado en Gerencia del Servicio de la Universidad de la Sabana. Actualmente es maestrante en Administration & Innovation- MBA+i. Actualmente, se desempeña como Coordinador de Mercadeo en el área de Gestión Comercial en CENS Grupo EPM.

ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS

- Conferencias magistrales sobre cada tema
- Proyección de videos
- Estudio de casos
- Desarrollo de talleres de aplicación
- Sustentación de trabajos finales
- Desarrollo de producto, y sustentación
- Lecturas previas
- Confrontación de ideas - discusión y reflexión sobre los temas
- Puesta en común de los logros
- Guías-talleres entregadas por el Docente
- Desarrollos prácticos creativos

FORMA DE PAGO

- Contado o financiación FESC (2 cuotas)
- Consignación en la cuenta de ahorros FESC de Bancolombia No. 61765706096
- Crédito con PICHINCHA, COOPFUTURO, COOMULTRASAN, etc.

- Más Información -

**Coordinación de Administración
de Negocios Internacionales**

negocios@fesc.edu.co

5829292 ext 226

www.fesc.edu.co



Fescomfanorte



Fesc_comfanorte



@fescomfanorte

DIPLOMADO

Estrategias del Marketing y las Comunicaciones en los Negocios Internacionales

**TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES Y GESTIÓN DE
COMERCIO INTERNACIONAL**

FESC

FUNDACIÓN DE ESTUDIOS SUPERIORES

Personería Jurídica: 04712 del 25 de agosto de 1993



VIGILADA MINEDUCACIÓN

JUSTIFICACIÓN

Con la globalización de la economía y el constante aumento de la competencia se hace necesario en las organizaciones el diseño e implantación de instrumentos y estrategias eficientes y eficaces que permitan costear, mercadear, negociar y controlar los procesos productivos de bienes y de servicios, para poder sostenerse en el mercado y hacer frente a la competencia nacional e internacional.

El diseño de estrategias de mercadeo y la gestión de comunicaciones integradas en la negociación internacional, propician un verdadero control de los procesos de producción y servicios, permitiendo así conocer las fortalezas y oportunidades particulares de la organización en donde el proceso administrativo (planear, organizar, dirigir y controlar) se conjuga efectivamente para la toma de decisiones adecuadas, las cuales se reflejan en el transcurso normal de las operaciones, obteniendo así ganancias representativas de orden económico y competitivo de los productos y servicios.

Los costos, el mercadeo y la negociación internacional, suministran información muy valiosa para la definición de precios de los productos terminados y de los servicios prestados, los inventarios de productos en proceso.

COMPETENCIA GENERAL

Identificar la función de los costos, el mercadeo y de los negocios internacionales, teniendo en cuenta la perspectiva de una estructura conceptual moderna con el incremento de habilidades para el análisis, diseño, evaluación y la toma de decisiones estratégicas.

CONTENIDO TEMÁTICO

MÓDULO 1

ESTRATEGIAS DE MARKETING

Profesional responsable: Juan Carlos Quintero

Duración: 20 Horas

1. Marketing Analítico
2. Marketing Estratégico
3. Marketing Táctico

Fecha y horario:

Del 25 al 29 de junio de 2018.

Aula C101 de 18:00 a 22:00 horas.

MÓDULO 2

DISEÑO Y GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES INTEGRADAS EN EL MARKETING

Profesional responsable: Juan Carlos Quintero

Duración: 20 Horas

- El rol de las comunicaciones de marketing
- Desarrollo de comunicaciones eficaces
- Decisión de la mezcla de comunicaciones de marketing
- Gestión del proceso de las comunicaciones integradas de marketing
- Desarrollo y gestión de un programa de publicidad
- Decisión de los medios y medición de su eficacia
- Relaciones corporativas
- El SIM, sistema de información de mercados.

Fecha y horario:

Del 03 al 09 de julio de 2018.

Aula C101 de 18:00 a 22:00 horas.

MÓDULO 3

ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

Profesional responsable: Mayra Alejandra Arenas

Duración: 40 Horas

1. Proceso de adecuación interna para el comercio exterior
2. Investigación de mercados
3. Estudio de mercados
4. Calculo de costos de exportación
5. Caso práctico (In situ empresa)

Fecha y horario:

Del 10 al 24 de julio de 2018.

Aula C101 de 18:00 a 22:00 horas.

*Sustentación Final:
25 y 26 de julio del 2018*

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Asistencia mínima del 80% a cada uno de los módulos
- Nota aprobatoria mínima de 3,5 para cada módulo
- Entrega y Sustentación del producto final "PROYECTO" con normas APA, concertado con los estudiantes y el docente líder
- Trabajo final evaluado con nota mínimafinal de 3,5
- La Nota definitiva Final se obtendrá del ponderado de las notas definitivas de cada módulo y la del trabajo final