

ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS

La modalidad del diplomado propuesto es presencial, en el cual se desarrollara las diferentes secciones bajo el desarrollo de ejercicio y talleres teórico práctico que permiten un mejor aprendizaje por parte de los participantes.

FORMA DE PAGO

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

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Asistencia mínima del 80% a cada uno de los módulos.
Entrega y Sustentación del producto final con normas APA.
Nota aprobatoria mínima de 3,5 por cada módulo según los siguientes criterios de evaluación:

- Aplica los contenidos temáticos desarrollados
- Aporta elementos a la formación profesional del estudiante
- Dominio del trabajo sustentado.



- Más Información -

Dirección Académica de Administración
de Negocios Internacionales
5829292 ext 132

www.fesc.edu.co



JUSTIFICACIÓN

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.

DIPLOMADO

ESTRATEGIAS DEL MARKETING Y LAS COMUNICACIONES EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES.

Tecnología en Gestión de Negocios Internacionales y Gestión de Mercadeo Internacional



VIGILADA MINEDUCACIÓN

Personería Jurídica: Decreto 04712 del 25 de agosto de 1993
Resolución MinEduación: 14196 1991

CONTENIDO TEMÁTICO

► MÓD 1 ESTRATEGIAS DE MARKETING

Duración: 20 horas

- Marketing Analítico
- Marketing Estratégico
- Marketing Táctico

Docente: Juan Carlos Quintero

► MÓD 2 DISEÑO Y GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES INTEGRADAS EN EL MARKETING

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
- Promoción de ventas
- Eventos y experiencias
- Relaciones públicas
- Marketing directo
- Marketing interactivo
- Publicidad voz a voz

Docente: Juan Carlos Quintero

► MÓD 3 ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

Duración: 40 horas

- Proceso de adecuación interna para el comercio exterior
- Investigación de mercados
- Estudio de mercados
- Cálculo de costos de exportación
- Caso práctico - Contacto con empresas

*Docente: Mayra
Alejandra Arenas*

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

FECHA

*MÓD 1 - Aula C 306
Del 12 al 16 de diciembre de 2016*

*MÓD 2 - Aula C 306
Del 16 al 20 de enero de 2017*

*MÓD 3 - B 204
Del 23 de enero al 3 de febrero de 2017*

HORARIO

De 18:00 a 22:00 Horas

Juan Carlos Quintero

Profesional del Marketing, Publicidad y Comunicación, con más de 10 años en Marketing Digital. MBA, emprendedor, experto en Social Media y conferencista. Con un rol creativo, proactivo, lógico y tenaz. Con capacidad de análisis, resolución de problemas y habilidades para organizar equipos.

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. Implementación de la metodología del Balance Scorecard.