

- INSCRIPCIONES ABIERTAS -

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MERCADERO ESTRATÉGICO

SNIES 4196 Res.15043 de 2019



La Especialización

La Especialización en Gerencia de Mercadeo Estratégico, surge como respuesta a la necesidad de comprender la dinámica y cambios en el mundo de los negocios, los retos del proceso de globalización, la influencia de las TIC en la demanda y la oferta de productos y servicios, así como la importancia de la investigación en los procesos de innovación y emprendimiento.

El posgrado ofrece a los profesionales de todas las disciplinas, elementos conceptuales y herramientas metodológicas para resolver problemas que contribuyan al mejoramiento de las organizaciones, al aprovechamiento de los recursos y al desarrollo de las potencialidades de su grupo de empleados.

El diseño curricular de la Especialización en Gerencia de Mercadeo Estratégico se hizo con base en modelos y principios curriculares, las megatendencias del siglo XXI, los planes prospectivos del país (Colombia, 2019) y del Huila (Huila, 2020); los planes de desarrollo de Colombia; del Huila y de Neiva; los principales problemas de los directivos y de sus organizaciones, el Proyecto Educativo, el Plan de Desarrollo y la Teleología de la Universidad Surcolombiana. La rigurosa selección de docentes, las metodologías, el diseño curricular y los horarios, hacen de la Especialización un escenario para integrar la academia al sector productivo y empresarial, generar una actitud de compromiso con el desarrollo de la región y del país en un contexto globalizado.



UNIVERSIDAD
SURCOLOMBIANA

FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN



La Especialización



El programa de **Especialización en Gerencia de Mercadeo Estratégico** fue creada mediante Acuerdo N°027 del 22 de junio de 1996 del Consejo Superior y tiene Registro Calificado de Ministerio de Educación Nacional mediante Resolución 15043 del 18 de diciembre de 2019, el cual fue concedido por siete (7) años y se encuentra registrado en el SNIES con el número 4196.

La **Misión** de la Especialización en Gerencia de Mercadeo Estratégico, es fomentar el liderazgo y las competencias para identificar oportunidades de mercados en el contexto local, regional y nacional y desarrollar la capacidad para actuar como agentes de cambio en un contexto globalizado con responsabilidad social y visión estratégica.





UNIVERSIDAD
SURCOLOMBIANA

FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN



Principios

Excelencia Académica

- La selección de los docentes se hace con base en el nivel de estudios de Maestrías y Doctorados, en la experiencia investigativa y trayectoria en la gestión empresarial.

Apertura Curricular

- Es la posibilidad de que los problemas de las empresas y sectores económicos sean estudiados por la comunidad de profesores y estudiantes y constituyan la mejor manera de confrontar la teoría con la práctica.

Pertinencia

- Es el desarrollo de las clases mediante talleres donde se estudia la aplicación de las teorías y conceptos en el análisis y solución de problemas de mercadeo en empresas y sectores económicos.

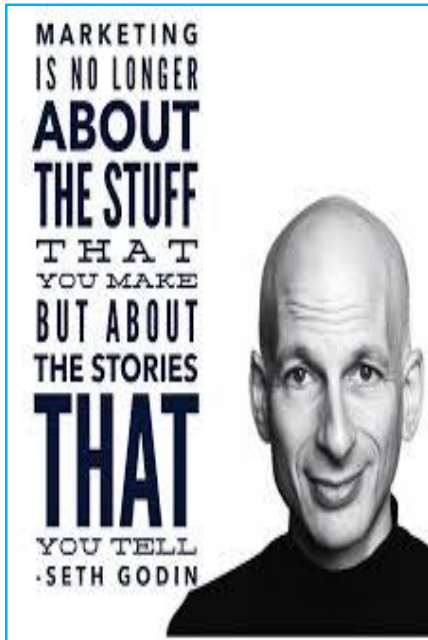


UNIVERSIDAD
SURCOLOMBIANA

FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN



Perfil profesional



El **Especialista en Gerencia de Mercadeo Estratégico** es competente para planear, ejecutar, hacer seguimiento y actuar estratégicamente en los procesos de gestión de mercadeo para el mejoramiento de la competitividad de las organizaciones y sectores económicos donde actúa.



UNIVERSIDAD
SURCOLOMBIANA

FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN



Perfil ocupacional

Director de investigaciones
de Mercado

Ejecutor de proyectos de
investigación de
mercados

Director de unidades
funcionales de mercadeo
en las organizaciones

Gerente de marca,
productos, ventas,
agencias, mercados

Empresario

Docente en el área de
mercadeo en instituciones
universitarias

Competencias curriculares

La Especialización está orientada a desarrollar una cultura orientada al mercadeo para mejorar los niveles de competitividad y productividad de las organizaciones del entorno regional; en tal sentido, los estudiantes que cumplen el plan de estudios están en capacidad de:



Diagnosticar y analizar oportunidades en mercadeo de las empresas y de la región



Planear y actuar de manera estratégica en mercadeo con ética y compromiso con el desarrollo social y económico de la región y el país



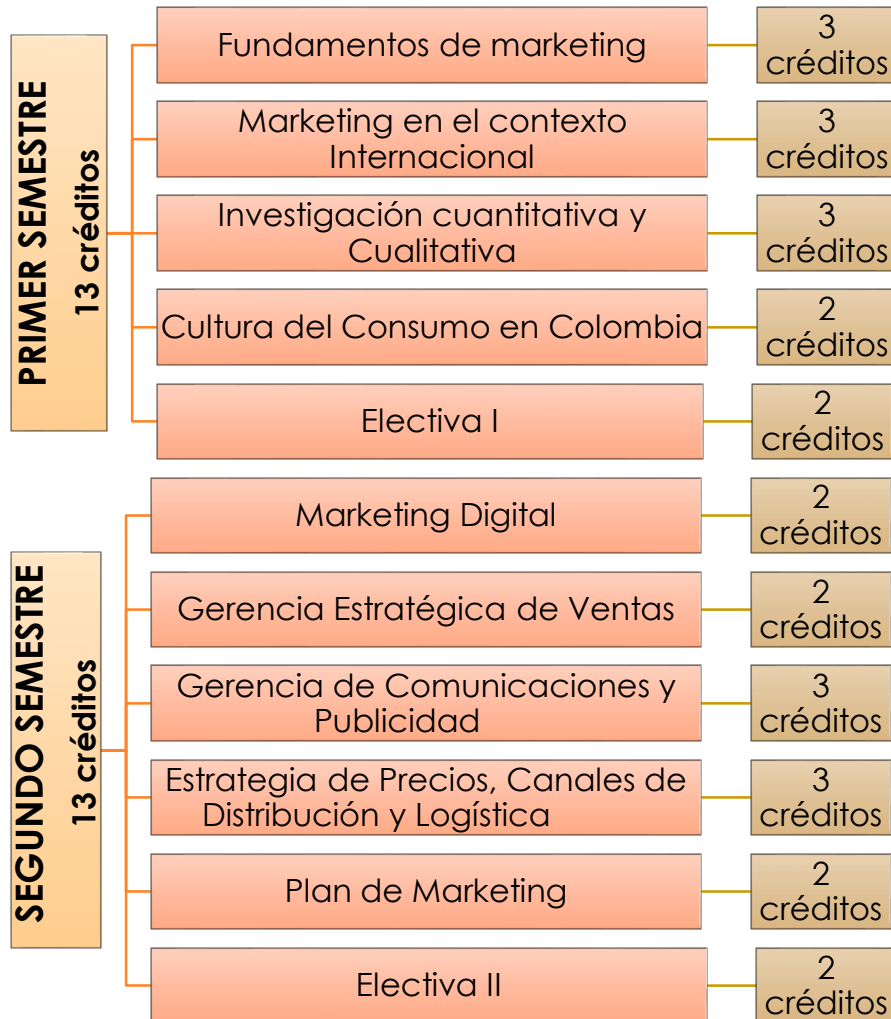
Comprender las ideas fuerza de las teorías en Marketing y desarrollar habilidades para la gestión del marketing y su aplicación en las actividades diarias



Identificar oportunidades de negocios, determinar su viabilidad de mercados y gestionar los recursos para su implementación



Realizar investigaciones de mercados



Plan de estudios

ELECTIVAS

Gerencia de Servicio al Cliente

Innovación, creatividad y Marketing

Negociación y manejo de conflictos

Análisis Financiero y Marketing

Merchandasing

Trabajo en Equipo y liderazgo

Consultoría del Marketing

Marketing de Productos Agropecuarios y Agroindustriales

Franquicias

Contenidos curriculares

FUNDAMENTOS TEORICOS DEL MARKETING

- Ofrecer a los participantes una visión general del desarrollo del pensamiento de Marketing que les permita a los Estudiantes identificar las diferentes perspectivas teóricas existentes, analizando su origen, fundamentos y su contextualización con las organizaciones

MARKETING EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL

- Conocer los diferentes elementos del entorno que inciden en el desempeño competitivo de las organizaciones con referencia a los factores del entorno global, nacional y local, así como su incidencia en el mercado y los negocios internacionales, proporcionando los conocimientos y herramientas de análisis, planificación, organización, ejecución y control que engloban el proceso de dirección de marketing internacional en una organización que le permitirá detectar oportunidades en los negocios internacionales.

INVESTIGACIÓN CUALITATIVA Y CUANTITATIVA

- Desarrollar competencias para planificar y aplicar conceptos en el diseño de propuestas de investigación en el área de marketing cualitativas y cuantitativas; estimular la capacidad de análisis en la ejecución de trabajos prácticos en marketing cualitativas y cuantitativas y reconocer la importancia de la investigaciones cualitativas y cuantitativas en el área de marketing.

Contenidos curriculares

MARKETING DIGITAL

- Identificar los escenarios comerciales que se plantean en Internet para considerar nuevas estrategias de mercadeo digital que permitan a las organizaciones operar de manera eficiente en el ámbito virtual

GERENCIA ESTRATÉGICA DE VENTAS

- Este curso ofrece a los participantes una visión integrada de las ventas personales y la administración de ventas, manejo del crecimiento de ventas como rol fundamental del área de marketing en el propósito de las organizaciones de sobrevivir, crecer y desarrollarse corporativamente

CULTURA DE CONSUMO

- Al tenor de estos relevantes cambios vividos en el seno de las sociedades occidentales, corresponde a los profesionales del marketing –no solo a los de las ciencias sociales- la imperiosa labor de comprender a sus potenciales consumidores con el propósito de detectar los argumentos para persuadirlos y con ello conquistarlos como compradores y conservarlos como clientes. Situación mas compleja aún en países como Colombia y la enorme diversidad cultural que la caracteriza.



UNIVERSIDAD
SURCOLOMBIANA

FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN



Contenidos curriculares

GERENCIA DE COMUNICACIONES Y PUBLICIDAD

- Presentar el proceso de creación y producción de la comunicaciones integradas, desde una perspectiva que incluye no sólo lo instrumental sino una mirada crítica, teniendo en cuenta que los bienes circulan en la vida social y que, como gerentes de marketing, hay un compromiso ético y social con las personas, que no sólo son consumidores sino también ciudadanos y, ante todo humanos.

ESTRATEGIA DE PRECIOS, CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y LOGÍSTICA

- Aportar los conceptos y herramientas, que permitan un mejor conocimiento de las distintas variables externas e internas de la empresa, y su análisis en la definición de precios de venta, así como los factores determinantes para estructurar la estrategia de distribución y los canales idóneos, para el tipo de producto.

PLAN DE MARKETING


- Conocer, formular, aplicar, evaluar y controlar un modelo de Plan Anual de Marketing, mediante la interpretación del entorno externo e interno, para la formulación y el logro de los objetivos de una organización.

Planta docente


**DAGOBERTO PÁRAMO
MORALES.** PhD en
Gestión
Empresarial
con énfasis en
Marketing
(Université de
Genève, Suiza)
Autor y
Coautor de
varios libros del
área de
Marketing
Consultor
Empresarial en
el área de
Marketing

**ELÍAS RAMÍREZ
PLAZAS.** Doctor en
Administración
de negocios
(Universidad
Libre de las
Ciencias de la
Empresa y de
las Tecnologías
de Bruselas.)
Autor y
Coautor de
varios libros del
área de
Marketing
Consultor
Empresarial en
el área de
Marketing

**FABIO VILLEGAS
ORREGO.** Magíster en
Administración
(Univalle)
Autor y
Coautor
Libros de
Marketing

**MONICA MARION
CATAÑO.** PhD (C) en
Ciencias
Sociales.
Miembro de
la Asociación
Latinoamericana
de
Investigadores
de la
Comunicación – ALAIC
Cofundadora
de la
Organización
Códice
Comunicaciones

**FEDERNE PERDOMO
IZQUIERDO.** Especialista en
Alta Gerencia
ICESI.
Especialista en
Gerencia De
Mercadeo -
Universidad
Libre
Especialización
en Gerencia
De Mercadeo
- Universidad
EAFIT.

**LUZ ASTRID CAMPOS
MORALES.** Magister en
Administración
con énfasis
en gestión
avanzada de
la Universidad
Nacional de
Colombia,
Investigador
en el área de
Responsabilidad
social
empresarial.

**SANTIAGO ROLDAN
ZULUAGA.** Maestría en
Administración
de Empresas
con énfasis en
Comercio
Electrónico -
Universidad
Complutense
de Madrid –
España
Conferencista
internacional
en mercadeo,
negocios
electrónicos,
e-business y
publicidad
interactiva.
Investigador
en temas de
mercadeo en
Internet y
ambientes
virtuales de
aprendizaje
organizacional

Criterios de selección

El proceso de selección se hace a través de entrevista:



Requisitos

Dado que el programa es multidisciplinario, no tiene prerrequisitos en un área específica, pero si es necesario que el aspirante posea título profesional, no de ciclo técnico o tecnológico.

Los resultados del proceso de admisión son publicados mediante un acta elaborada por el Coordinador de la Especialización.

Inversión



Inscripción:

- 1/3 de SMMLV



Matrícula:

- 7 SMMLV por semestre



Derechos de grado:

- 1 SMMLV

Opciones financiación

de

- ICETEX (Trámite a través de la página web)
- CONVENIOS: Bancolombia, Cooperativa Comuna, Banco de Bogotá y Banco Pichincha.

Descuentos

Descuento del 10% del valor de la matrícula presentando el certificado de votación de la última contienda electoral nacional (Ley 815 de 2003).

Descuento del 10% del valor de la matrícula para los egresados USCO. (acuerdo 013 de 2014).

Beca egresados (acuerdo 012 de 2010). Condonación de los derechos de matrícula de los dos semestres de la especialización, como estímulo a la excelencia académica, previo cumplimiento de los requisitos.

Mayor información



Calle 28 No. 5W-48 Facultad de Economía y Administración
Tercer piso Oficina de Posgrados
Teléfonos 8753121 – 8754753 ext. 4128 - 3105819950
Correo electrónico gerenciamercadeoestrategico@usco.edu.co

Especialización en **GERENCIA DE MERCADERO ESTRATÉGICO**

**SNIES 4196
Res. 15043 de 2019**

INSTRUCTIVO DE INSCRIPCIÓN

Nuestro calendario académico es anual e inicia actividades académicas en el mes de julio, por lo tanto, las convocatorias para nuevas cohortes se abren en el mes de marzo de cada año.

Los invitamos a hacer parte de nuestro grupo de aspirantes inscribiéndose en el siguiente link:

<https://goo.gl/forms/OXY41Nzj4W7QR2Ks1>



1. Generación de comprobante y pago de inscripción:

1. Ingrese a la página <http://www.usco.edu.co>

2. Busque el link **Generar comprobante de pago**

3. Opción Servicios de Postgrados y escoja la opción Inscripciones de la lista desplegable

4. Escoja al opción Especialización en Gerencia de Mercadeo Estratégico en la lista al lado izquierdo del recuadro

5. Al lado derecho, escriba los datos del aspirante y click en generar factura (debe imprimir el recibo en impresora laser).

6. Cancele la factura en los bancos que indica el recibo.

2. Inscripción en el sistema y generación de certificado

Cada factura tiene un código PIN que se activa 24 horas después del pago. Para cargar el formulario de inscripción:

INSCRIPCIÓN EN EL SISTEMA

- Entre por el link de ADMISIONES
- Escoja la opción **Inscripción de posgrados**
- Escoja la ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MERCADEO ESTRATÉGICO
- Los datos de ingreso son: identificación (cédula) PIN (código alfanumérico del recibo de pago de la inscripción) y de click en **Ingresar**.
- Por favor llene todos los datos solicitados, en todas las pestañas y guarde.

GENERACIÓN DE CERTIFICADO

- Entre por el link de ADMISIONES
- Escoja la opción **Listado y Certificado inscritos posgrados**
- Escoja la ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MERCADEO ESTRATÉGICO
- El sistema le arrojará un listado en orden alfabético, busque su nombre y de click en él.
- Su certificado aparecerá en formato PDF para ser impreso o guardado digitalmente.

3. Presentación de documentación para citación a entrevista:

Cada aspirante debe diligenciar el formulario con los datos completos [aquí](#).

Enviar escaneado, en archivo PDF al correo de la Especialización gerenciamercadeoestrategico@usco.edu.co la siguiente documentación:

- Recibo de pago de inscripción con sello del banco
- Certificado de inscripción
- Hoja de vida actualizada con los siguientes soportes:
 - Fotocopia de Cédula de ciudadanía ampliada al 150%
 - Fotocopia de libreta militar (Hombres menores de 50 años)
 - Diploma y acta de grado de pregrado
 - Diploma de posgrados (no incluir cursos o diplomados)
 - Certificación laboral actual o del último trabajo (no anteriores)
 - Una fotografía 3x4 (archivo JPG)

4. El proceso de selección se hace a través de entrevista:

Consta básicamente de 5 componentes:

Campo de
aplicación 25%

Cultura General
20%

Argumentación
20%

Dominio de otro
idioma 10%

Estudio de Hoja de vida 25%

Experiencia
profesional

Formación
académica

5. Publicación de resultados

Una semana siguiente a la presentación de entrevista, se publicarán los resultados:

En la página web de la
Universidad www.usco.edu.co

Se enviará al correo electrónico
registrado en la hoja de vida.



Calle 28 No. 5W-48 Facultad de Economía y Administración
Tercer piso Oficina de Posgrados
Teléfonos 8753121 – 8754753 ext. 4128 - 3105819950
Correo electrónico gerenciamercadeoestrategico@usco.edu.co