



PROGRAMA ONLINE

MARKETING PRÁCTICO

6 meses > 6 módulos

www.ipm.com.pe



EMPECEMOS.

- p. 3 Introducción
- p. 4 Somos IPM. Conócenos.
- p. 5 Conoce nuestro programa
- p. 6 Quiénes pueden llevar el programa
- p. 7 Nuestros 6 módulos
- p. 8 Módulo 1: Fundamentos de Marketing
- p. 10 Módulo 2: La venta consultiva en la era digital
- p. 12 Módulo 3: Branding
- p. 14 Módulo 4: Marketing Digital Básico
- p. 16 Módulo 5: Community Manager I
- p. 18 Módulo 6: Plan de Marketing
- p. 20 Nuestros catedráticos
- p. 21 Información General
- p. 22 Cómo inscribirte
- p. 23 ¡Contáctanos!





Para emprender un negocio y lograr que sea exitoso, hay que prepararse.

No basta con tener buenas ideas: también es necesario tener **conocimientos prácticos** de Marketing, comunicación digital, ventas, finanzas y estrategia. En este nuevo mercado es esencial para el éxito comercial que logremos **atraer y retener clientes**. Para ello, hay que **posicionar nuestra marca**, diferenciarla de su competencia y que se vuelva la primera elección de nuestros potenciales clientes.

Nuestro Programa de Extensión de 6 meses tiene el objetivo de brindarte una **capacitación 360°** con conceptos y herramientas aplicables en tu empresa o proyecto de negocios, los cuales llevarás a la práctica en el último módulo.





SOMOS IPM. CONÓCENOS.



SOMOS ESPECIALISTAS

Somos el único instituto en el Perú **especializado** en la enseñanza de Marketing desde hace 30 años. Nuestros **profesores** son profesionales con amplia experiencia en su especialidad y están altamente capacitados y actualizados en las últimas herramientas y tendencias digitales.



SESIONES ONLINE EN VIVO

Actualmente, todas nuestras clases se dictan **en vivo** mediante nuestra **plataforma virtual Q10**. Utilizamos las herramientas dentro del aula virtual, como foros, tareas, videos y recursos, para que el aprendizaje continúe fuera de horas de clase. Conoce más en [este video](#).



ENSEÑANZA PRÁCTICA

Queremos que nuestros alumnos apliquen lo aprendido en sus objetivos profesionales y personales **cuanto antes**.

Por eso, nuestros profesores integran su experiencia profesional con la teoría de sus cursos para proponer actividades de **aplicación práctica** y **proyectos finales** por cada módulo.



EDUCACIÓN PERSONALIZADA

Nuestra prioridad es la **calidad**. Tenemos un límite de 30 alumnos por aula para asegurar la excelente interacción entre nuestros docentes y los alumnos.

De igual manera, nuestro equipo de Coordinación está pendiente del desarrollo de las clases y del bienestar de nuestros participantes. **Estamos para apoyarte**.



CONOCE NUESTRO PROGRAMA

Con nuestro Programa de Extensión Online, lograrás:

- Aprender cómo preparar y ejecutar un plan de negocios en un emprendimiento o empresa existente.
- Revalorizar al cliente como el centro de todo negocio.
- Dominar herramientas y estrategias que puedas aplicar en el desarrollo de tus ideas de negocios.

CERTIFICACIÓN

Al concluir nuestro Programa, recibes una constancia de notas y un Diploma en PDF por haber aprobado los cursos del Programa Online Marketing Práctico a nombre del Instituto Peruano de Marketing.



¿QUIÉNES PUEDEN LLEVAR EL PROGRAMA?

- Personas que desean ejecutar sus ideas de emprendimiento con una visión completa del mundo de negocios digital.
- Empresarios que buscan mejorar la imagen de su marca en Redes y el servicio a sus clientes para competir en el mundo digital.
- Trabajadores que quieren adquirir conocimientos administrativos y de Marketing para traer innovadoras propuestas a su centro laboral.





NUESTROS 6 MÓDULOS

Nuestros módulos están planificados para que al concluir el programa puedas construir un emprendimiento sólido que conecte con sus clientes potenciales y genere rentabilidad en el mundo digital.

- Fundamentos de Marketing
- La Venta Consultiva en la Era Digital
- Branding 3.0
- Marketing Digital Básico
- Community Manager I
- Plan de Marketing

* El orden de los módulos después del primero puede variar



MÓDULO 1

FUNDAMENTOS DE MARKETING

En el mundo competitivo de hoy es necesario tener una mentalidad orientada al mercado . Los clientes están cada vez mejor informados y son más conscientes de la calidad, la eficiencia y la efectividad, por ello debemos aprender a diferenciar nuestra Marca frente a la amplia competencia.

El Marketing es un método para atraer y retener clientes rentables, mediante planes estratégicos basados en la información de los mismos. A través de este modulo se analizarán los fundamentos del marketing y sus principales aplicaciones en el mundo de los negocios.





CURRÍCULA

MÓDULO 1

FUNDAMENTOS DE MARKETING

Sesión 1: Introducción

- ✓ ¿Qué es el marketing?
- ✓ Introducción al curso.
- ✓ Fundamentos y conceptos básicos de Marketing.
- ✓ El proceso del Marketing.
- ✓ El Plan de Marketing y su estructura.

Sesión 2: Análisis del entorno

- ✓ Factores Externos (Macroambientales y Microambientales)
- ✓ Factores Internos.
- ✓ Análisis FODA.
- ✓ Oportunidades y amenazas.
- ✓ Fortalezas y debilidades.
- ✓ Matriz FODA cruzada.

Sesión 3: Objetivos de Marketing

- ✓ ¿Qué son los objetivos SMART?
- ✓ Cómo redactar los objetivos de un plan de marketing.
- ✓ Estrategias de Marketing / Modelos Estratégicos I.
- ✓ Diferencias Objetivos - Estrategias - Acciones.
- ✓ Estrategias de integración.
- ✓ Estrategias Porter.
- ✓ Estrategias BCG.

Sesión 4: Segmentación de Mercados

- ✓ ¿Qué es la segmentación de mercados?
- ✓ Ventajas de la segmentación de mercados.
- ✓ Condiciones de una segmentación eficaz.
- ✓ Perfil.

Sesión 5: Posicionamiento

- ✓ ¿Qué es el posicionamiento?
- ✓ Mapa de posicionamiento.
- ✓ Elementos del posicionamiento.
- ✓ Tipos de Posicionamiento.
- ✓ Importancia.

Sesión 6: Marketing Mix - El Precio

- ✓ ¿Qué es el Precio?
- ✓ Métodos para determinar el precio de un producto.
- ✓ Marketing Mix: El Producto.
- ✓ ¿Qué es un producto?
- ✓ Clasificación de los productos.
- ✓ Ciclo de vida.

Sesión 7: Marketing Mix - Distribución

- ✓ ¿Qué es la distribución?, canales.
- ✓ La promoción y comunicación, canales tradicionales y digitales.

Sesión 8:

Presentación de trabajos grupales finales.



MÓDULO 2

LA VENTA CONSULTIVA EN LA ERA DIGITAL

En este módulo, aprenderás nuevas herramientas para mejorar la relación con tus clientes a través de la Venta consultiva, que nos orienta a empatizar con ellos y entender sus necesidades para vender en estos nuevos tiempos.

Revisarás cómo elaborar una campaña estratégica de ventas aprovechando las ventajas de la segmentación moderna, usando herramientas digitales y nuevas metodologías que te ayudarán a agilizar tu trabajo en ventas.



Sesión 1: Generalidades del Curso y la nueva Normalidad

- ✓ Presentación de los participante y del curso.
- ✓ Ventas de ayer y de hoy.
- ✓ Introducción a las herramientas digitales coyunturales.
- ✓ TIPS: Cómo vender en la nueva normalidad I.
- ✓ Presentación del trabajo final.

Sesión 2: Características vs. Beneficios en la era Digital

- ✓ Conversación sobre video Elevator pitch y casos prácticos.
- ✓ Diferencias entre características vs. beneficios digitales.
- ✓ Cómo vender beneficios online y por teléfono. Introducción a la objeción y rebate.
- ✓ Dinámica: Exposición de beneficios en la era digital.
- ✓ TIPS: Cómo vender en la nueva normalidad II.
- ✓ Avance del trabajo final.

Sesión 3: Presentaciones efectivas digitales

- ✓ Guion de ventas AD HOC a la nueva normalidad, estructura y desarrollo de contenido.
- ✓ Principal atracción y manejo de tiempos en la venta consultiva.
- ✓ Dinámica: Presentación efectiva.
- ✓ Caso: La nueva venta de soluciones.
- ✓ TIPS: Cómo vender en la nueva normalidad III.
- ✓ Avance del trabajo final.

Sesión 4: Prospección en tiempos de pandemia

- ✓ Herramientas para segmentar digitalmente.
- ✓ Funnel de ventas digitales.
- ✓ Introducción al BIG DATA y CRM.
- ✓ Dinámica: Preguntas filtro.
- ✓ TIPS: Cómo vender en la nueva normalidad IV.
- ✓ Avance del trabajo final.

Sesión 5: Venta relacional

- ✓ Cambio de paradigma en el Perú y el mundo.
- ✓ Modelo de relacionamiento comercial.
- ✓ Estructura de la venta relacional.
- ✓ Dinámica: Venta relacional.
- ✓ Sistema IVR de rebate de objeciones.
- ✓ Introducción de la matriz de negociación y relacionamiento.

Sesión 6: Negociación

- ✓ De la venta tradicional a la venta consultiva.
- ✓ Rebates y objeciones.
- ✓ Técnicas de cierre.
- ✓ Video: Up in the air. Rebate de objeciones.
- ✓ Dinámica: Negociación. TIPS: Cómo vender en la nueva normalidad V.
- ✓ Avance del trabajo final.

Sesión 7: Gestión estratégica de ventas

- ✓ Plan y Proyección de ventas.
- ✓ Definición de objetivos.
- ✓ Determinación de estrategias.
- ✓ Cuotas de ventas.
- ✓ Establecimiento de KPI:
- ✓ Organización de la Fuerza de venta.

Sesión 8: Nuevas ventas digitales y presentación Final

- ✓ Nuevas metodologías de trabajo para el vendedor.
- ✓ A/B Testing.
- ✓ Aplicación directa al mundo laboral peruano.
- ✓ Evaluación final del Curso.



MÓDULO 3

BRANDING 3.0

Aprende cómo crear y gestionar una marca y cómo hacer que tenga valor en el mercado.

En este módulo aprenderás los conceptos necesarios para que desarrolles las estrategias de marca más convenientes para tu negocio y conocerás el marco de acción de las campañas y actividades del branding. Serás capaz de contener a la competencia, reaccionando o planificando a tiempo y presentando una marca que conecte con tu público objetivo.



Sesión 1: Introducción al Branding

- ✓ Factores claves, etapas.
- ✓ Branding 3.0: Definición, características relevantes.
- ✓ Diferencias entre producto y marcas.
- ✓ Dimensiones de las marcas.

Sesión 2: Segmentación de mercados

- ✓ Posicionamiento.
- ✓ Elementos.
- ✓ Estrategias.

Sesión 3: Insights del Branding

- ✓ Importancia. Relación con el segmento objetivo.
- ✓ Creación de Insights.

Sesión 4: Anatomía de las marcas

- ✓ Análisis de la competencia.
- ✓ Análisis propio.

Sesión 5: Anatomía de las marcas

- ✓ Promesa de valor
- ✓ Identidad visual: corporativa

Sesión 6: Estrategia & identidad

- ✓ Estrategias de marcas

Sesión 7: Estrategia & identidad

- ✓ Imagen e identidad de marca: Del Branding basado en el producto y servicio al Branding 3.0, las marcas con valores y significados.

Sesión 8: Manual de marca

- ✓ Parámetros básicos del manual de marca.

MÓDULO 4

MARKETING DIGITAL BÁSICO

En este módulo introductorio, aprenderás los conceptos clave del Marketing Digital y explorarás las distintas posibilidades a las que puede acceder tu negocio para posicionarse en el mundo digital.

Además, conocerás las herramientas digitales básicas a las que puedes acceder para generar una nueva atención al cliente, centrada en él y sus necesidades.



Sesión 1: Terminología clave y construcción del ecosistema digital

- ✓ El marketing digital, su importancia y diferencias con el marketing tradicional.
- ✓ El momento cero de la verdad y los micros momentos.
- ✓ Activos digitales y ecosistema integrado de comunicación online

Sesión 2: Sitios web eficaces (parte 1)

- ✓ Conversiones (macro y micro conversiones).
- ✓ Tasas de conversión, CRO y embudos de conversión.
- ✓ Requisitos para crear un sitio web (Dominio, hosting, gestores de contenidos).

Sesión 3: Sitios web eficaces (parte 3)

- ✓ Metodología para planificar un sitio web eficaz.
- ✓ Experiencia de usuario (UX).
- ✓ Landing pages efectivas.

Sesión 4: Campaña publicitaria en la red de búsqueda de Google Ads

- ✓ Google Ads y su funcionamiento.
- ✓ Proceso para la creación de campañas en la red de búsqueda de Google Ads.
- ✓ Definición de oferta y presupuesto de una campaña.

Sesión 5: Posicionamiento orgánico en los motores de búsqueda (SEO)

- ✓ El posicionamiento orgánico y su importancia.
- ✓ Investigación y selección de palabras claves.
- ✓ Optimización básica de un sitio web para ganar visibilidad en los motores de búsqueda.

Sesión 6: E-mail marketing

- ✓ Técnicas para construir una base de datos de prospectos.
- ✓ Tipos de campañas según objetivos y tipología de clientes.
- ✓ Creación de una campaña de email marketing con la plataforma Doppler.

Sesión 7: Plan de contenidos en redes sociales

- ✓ Los medios sociales y su rol en el ecosistema digital.
- ✓ Plan de comunicación en medios sociales.
- ✓ Calendario editorial para redes sociales.

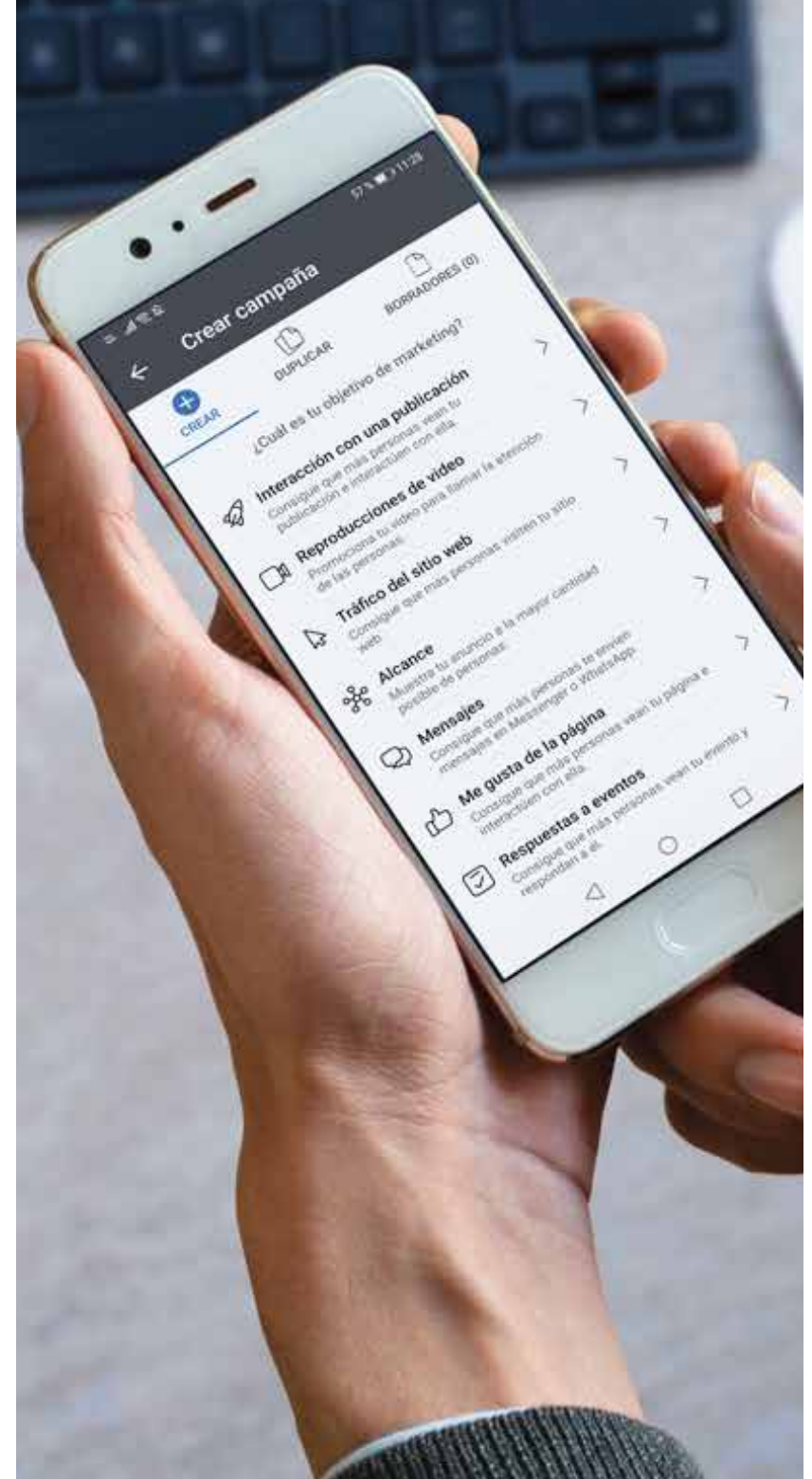
Sesión 8: Campañas publicitarias en Facebook Ads

- ✓ Definición de campaña (selección de objetivos publicitarios).
- ✓ Configuración de conjuntos de anuncios (segmentación, ubicaciones, presupuestos y cronograma).
- ✓ Formatos y componentes de anuncios publicitarios.

MÓDULO 5

COMMUNITY MANAGER I

Las Redes Sociales son el medio de comunicación directo e interactivo con los clientes. Es necesario entender y planificar adecuadamente la inversión en ellas. Para esto, es necesario establecer una clara estrategia de diferenciación de la Marca a través de las Redes Sociales.



Sesión 1: Plan estratégico de comunicación en redes sociales I

- ✓ Importancia de las redes sociales en el ecosistema digital.
- ✓ Análisis de la competencia y auditoría interna.
- ✓ Definición de objetivos y KPI's.
- ✓ Posicionamiento y personalidad de marca.

Sesión 2: Plan estratégico de comunicación en redes sociales II

- ✓ Territorio de marca.
- ✓ Creación de ejes temáticos.
- ✓ Selección de canales.
- ✓ Distribución y frecuencia de contenidos.
- ✓ Calendario de contenidos.

Sesión 3: Gestión de canales I - Facebook

- ✓ Facebook y sus ventajas para las empresas.
- ✓ Creación y optimización de una página de empresa.
- ✓ Formatos y buenas prácticas en Facebook.
- ✓ Herramientas básicas de gestión.

Sesión 4: Gestión de canales II: Instagram.

- ✓ Instagram y sus ventajas para las empresas.
- ✓ Conociendo la interfaz de Instagram para negocios.
- ✓ Optimización del perfil de Instagram.
- ✓ Formatos y buenas prácticas en Instagram.
- ✓ Herramientas básicas de gestión.

Sesión 5: Gestión de canales III - LinkedIn

- ✓ Ventajas de LinkedIn para empresas.
- ✓ Creación y optimización de páginas de empresas y productos en LinkedIn.
- ✓ Buenas prácticas para generar seguidores e interacción.

Sesión 6: Gestión de canales IV - WhatsApp Business

- ✓ Creación de cuenta WhatsApp Business.
- ✓ Ajustes y optimización de perfil.
- ✓ Catálogo de productos.
- ✓ Respuestas rápidas.

Sesión 7: Gestión de reputación online

- ✓ Importancia de la reputación online.
- ✓ Identificación de riesgos y técnicas de monitorización.
- ✓ Pasos para gestionar una crisis en redes sociales.
- ✓ Actuación en redes sociales para cuidar la reputación de la marca

Sesión 8: Presentación de proyectos finales.



MÓDULO 6

PLAN DE MARKETING

Llega el momento de ordenar y presentar tu proyecto siguiendo las pautas aprendidas durante el desarrollo del programa.

Durante este taller recibirás asesoría de nuestros catedráticos para la presentación final de tu emprendimiento o empresa.



Sesión 1: Introducción

- ✓ Introducción al curso.
- ✓ Metodología propuesta.
- ✓ Las bases del emprendimiento.
- ✓ Explicación de los 3 modelos.

Sesión 2: Revisión de Conceptos Básicos

- ✓ Consecuencias en la confusión y falta de claridad en la definición de los conceptos base en un emprendedor.
- ✓ Revisión de conceptos base: Marketing, segmentación y posicionamiento.

Sesión 3:

- ✓ El Primer modelo: El Building's Plan
- ✓ Taller de aplicación de viabilidad del brief del emprendimiento (Miro, online whiteboard plataforma)

Sesión 4:

- ✓ El segundo modelo: El Plan de Marketing en 7 pasos
- ✓ Paso1: Análisis situacional del emprendimiento

Sesión 5: Los Objetivos

- ✓ Paso 2: Los Objetivos: Propósitos del emprendimiento.
- ✓ Paso 3: Elección de la estrategia

Sesión 6:

- ✓ Paso 4: Elaboración del Marketing Mix del emprendimiento (Miro online whiteboard plataforma).
- ✓ Paso 5: El Plan de Acción.
- ✓ Paso 6: El presupuesto del Plan de Marketing.
- ✓ Paso 7: El Control del plan.

Sesión 7:

- ✓ El tercer modelo: El Quick Marketing plan (QMP)
- ✓ Taller de aplicación práctica sobre el Plan de Marketing del emprendimiento (Miro, online whiteboard plataforma)

Sesión 8:

- ✓ Exposición de trabajos finales



NUESTROS CATEDRÁTICOS

GUSTAVO PIAZZE



MBA con especialización en Marketing por la U. ESAN, Licenciado en Administración de empresas. Cuenta con más de 20 años de experiencia en el área comercial en empresas. Ha trabajado con consultoras como London Consulting Group y The Partnering Group en proyectos relacionados a gestión comercial, eficiencia y Category Management. Como consultor independiente ha desarrollado diversos proyectos en el sector retail, comunicaciones y restaurantes.

SILVIA ZAMBRANO



Emprendedora, Bachiller en Derecho de la USMP y Profesional en Marketing con Post grado en E-commerce Omnicanal, especializada en social media y publicidad online con más de 6 años de experiencia en el sector. Ha trabajado con marcas como Bodytech, Isuzu, Kia, MG, Peugeot, American Colors, GMO, Econópticas, entre otras.

JORGE POLO



Empresario titulado en Marketing en el IPM, certificado por Google Co. en Adwords Avanzado, especialista en SEO por Adveischol España, diplomado en Técnicas de Atención al Cliente por ESAN y con cursos de actualización en Marketing Digital. Visitó la sede central de Google en San Francisco; con amplia experiencia en el área digital de empresas de comunicación. Actualmente se desempeña como Gerente de Golmark Perú SAC, Agencia digital de Campañas Google/Redes Sociales y docente en IPM.

SANAE TENGUAN



Emprendedora, Bachiller en Derecho de la USMP y Profesional en Marketing con Post grado en E-commerce Omnicanal, especializada en social media y publicidad online con más de 6 años de experiencia en el sector. Ha trabajado con marcas como Bodytech, Isuzu, Kia, MG, Peugeot, American Colors, GMO, Econópticas, entre otras.

ERIKA UEDA



Titulada en Marketing en el IPM. Con capacitación en Administración de Hoteles y Restaurantes. Con más de 15 años de experiencia ha laborado en Forte, Lucky e Infomarket. Es consultora independiente en creación de campañas promocionales online (redes sociales) y offline (btl, atl y ttl), gestión de marcas al mercado externo e interno (endomarketing), plan de marketing. Actualmente se desempeña como docente y capacitadora en empresas especialista en Branding.

RENZO ORTIZ



Más de 15 años de experiencia en ventas y Marketing y manejando marcas líderes. Actualmente Jefe de Ventas de la cartera corporativa del BBVA Banco Continental, habiendo trabajado también en IBK. Es Master en Marketing & Dirección Comercial – ESIC de la USIL y culminó la carrera de Marketing en el IPM, con DEG y EEG en la escuela de Negocios de UPC.



INFORMACIÓN GENERAL

- **Inicio: Martes 01 de Junio 2021**
- **Horario:** Martes y Jueves de 7:25pm a 10:15pm
- **Modalidad:** Virtual en nuestra plataforma Q10

- **Inversión:**
- **MATRÍCULA: S/200**
- **COSTO MENSUAL: S/370** (solo S/350 por pago puntual hasta el primer día de clases de cada módulo por iniciar)

¡PROMOCIÓN!

Paga solo **S/400** (S/50 de matrícula y S/350 del primer mes) por tu inscripción **hasta el 14 de Mayo.**



CÓMO INSCRIBIRTE

Paso 1: Realiza el pago



Carrito de Compras en nuestro sitio web

Puedes hacer clic aquí y pagar mediante nuestra web o también solicitarnos el link de Pago Link.

Ingresa a nuestro tutorial de cómo usar nuestro carrito de compras en: <https://goo.gl/ZZnGLc>

Puedes utilizar VISA o Mastercard.



Por transferencia o depósito

1. Realiza la transferencia a una de nuestras cuentas:

- BCP: 194-1021762-0-27

- Interbank: 128-3000209950 (CCI: 003-128-003000209950-62)

(cta.cte. en soles a nombre de INSTITUTO DE EDUCACION SUPERIOR PRIVADO PERUANO DE MARKETING ruc 20109189791)

2. Envíanos el comprobante de pago a mktpractico@ipm.com.pe o al Whatsapp 950 640 091

Paso 2: Completa el Formulario de Inscripción

Completa el formulario de inscripción online:
<https://forms.gle/VyZwGhRrxYguXQGL9>

Por favor recuerda indicar si deseas boleta o factura, el comprobante se emitirá según la información que proporciones y no proceden cambios.

Te enviaremos un correo confirmando tu inscripción y posteriormente otro con las instrucciones de acceso.

Revise términos y condiciones en
<https://ipm.com.pe/terminos-y-condiciones/>

¡CONTÁCTANOS!

Estamos para asesorarte en:

mktpractico@ipm.com.pe  950640091

 /ipmperu  @ipmperu

www.ipm.com.pe

