

# EDUCACIÓN PARA LA VIDA ES APRENDER SIN PRETEXTOS

**Nombre:** Diplomado en Planeación Estratégica de Mercadeo

**Facultad:** Sociedad, Cultura y Creatividad

**Duración:** 120 horas (30 sesiones)

Este diplomado aplica únicamente si el estudiante está en último año de su pregrado (dos últimos semestres) y tiene inscrita la materia "Opción de grado" en el periodo académico 2020-2, Al finalizar la nota será reportada a procesos académicos para su cargue.

Los pregrados que lo pueden cursar son:

- **Administración de Empresas**
- **Comunicación Social**
- **Negocios Internacionales**
- **Mercadeo y Publicidad**

## Objetivo de aprendizaje

Brindar al participante la capacidad de indagar, cuestionar y analizar la pertinencia de la información y sus diversas fuentes, para integrarlas en su proceso de planeación, ayudándole a disminuir el riesgo y la incertidumbre en la toma de decisiones para desarrollar estratégicamente los mercados donde actúe, enfocándose en las actividades de gestión comercial, distribución y comunicación en el POP.

## Contenido académico

Módulo	Temáticas
Dirección de marketing	Afianzar las habilidades inherentes a la gestión de Mercadeo, necesarias para la construcción de sinergias dentro de los equipos de mercadeo orientándolos hacia logros a largo plazo (estratégico) y con la capacidad de proponer y gestionar las alternativas tácticas y operativas para alcanzarlos. Analizar el formato del plan, la estructura básica, variables, los aspectos funcionales y formales de las decisiones, diagnóstico de la situación, tendencias, herramientas estratégicas de análisis y finalmente los lineamientos de ejecución y de evaluación del plan.
Business Intelligence	El propósito es sensibilizar al estudiante en el análisis integral de la información, para la toma de decisiones. Decisiones en Mercadeo, que deben argumentarse con inteligencia, lo que implica la consolidación de los datos, el respectivo análisis y la comprensión del contexto de la realidad del mercado. Por tanto, la búsqueda de fuentes secundarias, la minería de datos, la investigación de mercados y la investigación del consumidor se convierten en alternativas a integrar para lograr configurar un sistema de inteligencia de mercados.
Gestión logística y comunicación POP	Explorar las herramientas necesarias para gestionar la cadena de abastecimiento comprendiendo los conceptos implícitos dentro de la logística y la distribución y sus oportunidades para la generación de valor. Se trabajan temas como: Clases de canales, conflictos entre canales, ventajas y desventajas de los distribuidores, logística de la distribución y del abastecimiento, comunicación en el punto de venta (Merchandising), rentabilización de espacios, cadena de abastecimiento, gerencia por categorías, gestión de marca en la distribución y la exhibición.

Quita la pausa y dale play a lo que quieres.

**SOMOS DIFERENTES,  
SOMOS POLI.**

ACTUALÍZATE, BUSCA NUEVOS CAMINOS  
O EXPLORA LO QUE TE GUSTA EN [POLI.EDU.CO](http://POLI.EDU.CO)

Vigilado por el Ministerio de Educación nacional Resolución N°. 19349 de 1980-11-04

**POLI**  
POLITÉCNICO  
GRANCOLOMBIANO  
INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA

# EDUCACIÓN PARA LA VIDA ES APRENDER SIN PRETEXTOS

Módulo	Temáticas
Gestión comercial	Busca comprender la sinergia entre lo estratégico del mercadeo y lo táctico de la gestión de la fuerza de ventas, al igual que las técnicas propias de la venta. Para tal fin, se contemplarán temas como venta personal, administración de ventas, el gerente de ventas, la administración de un territorio de ventas, métodos de pronósticos de ventas, cuota de ventas, planeación del esfuerzo de ventas, organización de la fuerza de ventas, liderazgo en ventas y plan de incentivos.

Quita la pausa y dale play a lo que quieres.