



## PROGRAMA EJECUTIVO INNOVACIÓN EN MARKETING

COORDINADOR: Eduardo Sebriano

### ▶ FUNDAMENTACIÓN

El objetivo de todo tipo de empresa es maximizar su crecimiento en ventas y su rentabilidad, acercándose en el tiempo a la visión que se ha establecido para sí misma a largo plazo.

Una de las principales estrategias para lograr este cometido es la Innovación de marcas, productos y servicios. La Innovación necesita de saberes, procesos y entrenamiento para que emerja exitosamente. La Argentina, como la mayoría de los países de la región, cuenta con una economía que sigue basada en la producción de materias primas, básicamente agricultura y recursos naturales. La innovación aplicada a la economía permitirá generar oferta de marcas productos y servicios de valor agregado. Una de las claves para que esto suceda es el talento humano y la educación. Este programa ejecutivo intenta aportar una formación para profesionales del área de marketing y afines que les permita llevar adelante procesos de innovación exitosos en sus productos, servicios y mercados.

### ▶ DESTINATARIOS

Profesionales del área comercial marketing, ventas y trademarketing de empresas de consumo masivo de empresas de productos y/o servicios. Investigadores de mercado y de sectores de servicios marketing (Agencias de publicidad, medios, marketing). Emprendedores y demás profesionales de otras áreas que quieran capacitarse en el tema.

### ▶ OBJETIVOS

Este Programa ejecutivo de Posgrado tiene por objeto brindar a los asistentes los conocimientos y habilidades que le permitan adquirir o profundizar los conocimientos y habilidades para generar innovaciones de nuevas marcas, productos, servicios, mercados y negocios.

### ▶ REQUISITOS DE INGRESO

- Título de Grado de universidades argentinas o del exterior, de al menos 4 años de duración, con un mínimo de 2600 horas reloj. En el caso de postulantes europeos deben poseer una formación equivalente a master de nivel I.
- Se aceptarán inscripciones de postulantes sin título de grado, profesionales egresados de carreras universitarias o terciarias. Gerentes, jefes o responsables jerárquicos en áreas directas o indirectamente relacionadas a la logística con formación profesional acreditada.

### ▶ DURACIÓN - 48 horas.

### ▶ PLAN DE ESTUDIO

1. Analizando de la problemática del negocio. Cuando innovar.
2. Tendencias del consumidor/Clientes. Prospectiva tecnológica en nuestro negocio.
3. Partiendo del Insight ¿Qué es un Insight? ¿Cómo se construyen Conceptos marketing a partir de Insights?
4. Procesos de Innovación. Diferentes tipos de procesos. Stage - Gate. Blue Ocean.
5. Etapa divergente. Generación de 100 ideas. Técnicas de creatividad aplicada. Brain storming. Analogías. Mind Mapping Otras.
6. Etapa Convergente. Desarrollo de criterios de convergencia. Diagrama estratégico y de negocios para evaluar las ideas fuerza. Clusterización. Elección de la idea
7. Realización de la ideas prototyping básico. Presentación de la idea al dueño del negocio, a expertos a consumidores. Evaluación interactiva y mejora iterativa.