

SMPSM

SENIOR MANAGEMENT PROGRAM IN STRATEGIC MARKETING

LOS GRANDES RETOS
DE LA DIRECCIÓN DE
MARKETING DE HOY

**EXE-
CU-
TIVE**
EDUCATION

 **HESIC**
BUSINESS&MARKETINGSCHOOL

Conoce cómo están **evolucionando los modelos de negocio** y descubre cómo anticiparte a los deseos de **los nuevos consumidores**

Dirigido a...

- Directores generales y gerentes de empresas del entorno PYME
 - Directores y responsables de marketing
 - Directores de unidades estratégicas de negocio
 - Directores comerciales
-

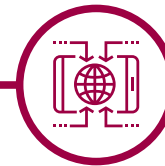
Objetivos



Desarrollar los elementos que tienen un especial **protagonismo estratégico** en el momento actual



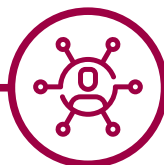
Resaltar la importancia estratégica de la **innovación**



Presentar las nuevas **tendencias del marketing** y la nueva realidad del entorno digital



Poner de manifiesto la cada vez mayor relevancia estratégica de la gestión y la monitorización de la **experiencia del cliente**



Resaltar la importancia cada vez mayor del **entorno digital y del social media** como soporte sobre el que desarrollar acciones de marketing



Desarrollar los conceptos, elementos y métricas del **marketing analítico** que permitan medir la eficacia y el retorno de las acciones de marketing

Preparamos a los líderes del marketing

El **Senior Management Program in Strategic Marketing (SMPSM)** se contextualiza en la línea marcada por ESIC de ofrecer una formación actualizada y orientada a la mejora de la gestión en el ámbito del management, la estrategia y el marketing.

El SMPSM se desarrolla partiendo del contexto general del macroentorno para, después, ir presentando los aspectos y tendencias de la estrategia y la gestión operativa del marketing, en

un contexto cada vez más globalizado, digitalizado y dinámico, en el que los modelos de negocio varían sustancialmente en función de las características y demandas de los nuevos consumidores.

El control de ese dinamismo y la identificación de nuestro público, así como su comportamiento para ofrecer el valor esperado, constituyen los grandes retos de la gestión y de la dirección de marketing de hoy.



Conceptos clave

- Branding y posicionamiento
- Reputación social
- Generación de valor
- Necesidades de los consumidores
- Procesos de innovación
- Orientación al mercado
- Design thinking
- Estrategias de marketing
- Nuevos consumidores
- Nuevos modelos de negocio
- Transformación digital
- Customer experience management y customer journey
- Multicanalidad
- Mix de comunicación
- Entorno digital
- Marketing ROI

Titulación

Diploma Senior Management Program in Strategic Marketing

Duración

48 horas

Programa completo

1 La orientación al mercado

- Los ejes del desarrollo de una estrategia de marketing competitiva.
- Definición de una estrategia de segmentación, targeting y posicionamiento.
- Nuevos modelos de negocio.
- La transformación digital de la empresa, implicaciones estratégicas.
- Los nuevos consumidores.

2 La gestión estratégica de los intangibles

- Branding: la gestión estratégica de la marca.
- Posicionamiento.
- Otros activos/recursos intangibles.
- Marketing y reputación, RSE, buen gobierno corporativo, ... ¿ética o estética?

3 Añadiendo valor a través de la innovación

- El marketing como palanca de la innovación: orientación al mercado.
- Proceso de traslación de la innovación al mercado: pasos y fases.
- Pensamiento creativo: Design thinking.

4 La empresa customer centric

- El alcance estratégico de la gestión y monitorización de la experiencia del cliente:
 - Customer Experience Management.
 - Customer Journey.
- Multicanalidad y experiencia de cliente.
- Experiencia omnicanal. Omnicanalidad.
- La generación de valor. Cómo construir modelos de Customer Value sostenibles.

5 Hablando eficazmente con el mercado

- La conexión con las necesidades de los consumidores. El mix de comunicación:
 - Criterios para seleccionar el medio o soporte.
 - El entorno digital de la comunicación: digital y social media.

6 Marketing ROI

- ROI de marketing mediante modelos de previsión de ventas.
- ROI de marketing mediante modelos explicativos.
- ROI de marketing en entornos digitales.

7 Realidades empresariales

- Ponencias de realidad empresarial en los ámbitos del marketing y el desarrollo de negocio.

Claustro del SMPSM

El claustro del Senior Management Program in Strategic Marketing está formado por profesorado especializado en cada materia, procedente tanto del ámbito académico como profesional, que siempre aporta un enfoque práctico a las sesiones y una visión del mercado actual, tanto nacional como internacional.



Manuel Balsera

Licenciado en Derecho, Universidad Complutense de Madrid. PDD, IESE.

Vicepresident Sales & Marketing de AMC Networks, donde dirige todas las áreas de marketing, affiliates, comunicación, ad sales y business development para los más de 20 canales de televisión del grupo. Inversor y emprendedor, ha fundado el fondo de seed capital Start Digital Media Capital y más recientemente SEED Digital and Media Capital, así como iTrain-global, seleccionadas entre las 100 mejores ideas empresariales en 2011 y 2013 por Actualidad Económica. Anteriormente ocupó el puesto de CEO de CP Proximity BBDO y puestos directivos en ONO, Chellomedia Multicanal o GGA-Vivendi.



Peter Boland

Titulado en Lenguas Modernas y Estudios Empresariales, Universidad de Leeds.

Consultor estratégico con más de 29 años de experiencia en el mundo del marketing, comunicación comercial, desarrollo estratégico de las marcas y proyectos de communications planning. Responsable de Marketing de la Federación Española de Rugby.

Ha desempeñado puestos de dirección en diferentes agencias como Chief Strategy Officer de Mediabrands, Presidente de Universal McCann, Director General de Servicios de Carat España, Director de Desarrollo de mediaedge:cia, trabajando con clientes como Coca Cola, Movistar, Microsoft, Renault, BMW, Bacardí-Martini, Kraft, Walt Disney,...



Jesús Díaz de la Hoz

Licenciado en Ciencias Políticas, Económicas y Empresariales, Universidad del País Vasco.

Presidente de la Fundación de PwC, es especialista internacional en gestión del talento así como en clientes internacionales y críticos. Experiencia en estrategia y dirección en áreas de e-business, creación de valor, gestión del conocimiento y reputación corporativa. Miembro del Instituto Español de Analistas Financieros.

Coautor del "Global Compact-Reporting Initiative", guía de reporting para empresas.



Jesús Hernández

Ph.D. en Business Administration, Universidad Rey Juan Carlos.

Fundador y Director Gerente de A04media Publixed y CEO del Social Mobile Group con sede en Miami (USA). Ha desempeñado toda su carrera profesional en áreas de innovación en marketing, nueva comunicación y dirección de empresas. Experto en nuevas tendencias aplicadas al mobile marketing y la comunicación, consultor internacional digital, Internet y nuevas formas de comunicación. Ha sido considerado como uno de los profesionales más influyentes en tendencias móviles top 25 en Europa y top 100 mundial.



Elisa López Moreno

PhD en Marketing Experiencial. Licenciada en ADE e ITM.

Actualmente compagina su labor como Project Manager de Customer Experience & Employee Experience en la Consultora IZO The Experience Design Company con su carrera docente en diversas universidades y escuelas superiores como UCM, ESIC y UAM impartiendo las materias de Customer Experience Management, Marketing Experiencial, Neuromarketing y Marketing Sensorial.



Ana Belén Perdigonés Martínez

Ph.Dc Internacional en Comportamiento del Consumidor por la Universidad de Granada. PADE, ESAN en Marketing.

Directora del Máster en Marketing Science y profesora en Investigación de Mercados, Comportamiento del Consumidor y Punto de Venta de ESIC. Anteriormente ha sido Country Manager en Perú y Ecuador de ZECAT International, proveedor homologado de The Coca-Cola Company. Ha trabajado estrategias y acciones de marketing con empresas líderes de diversas industrias, como Telefónica, Nestlé, BBVA, Unilever, Boehringer-Ingelheim, Mapfre, Pepsico, Grupo Credicorp, entre otros.



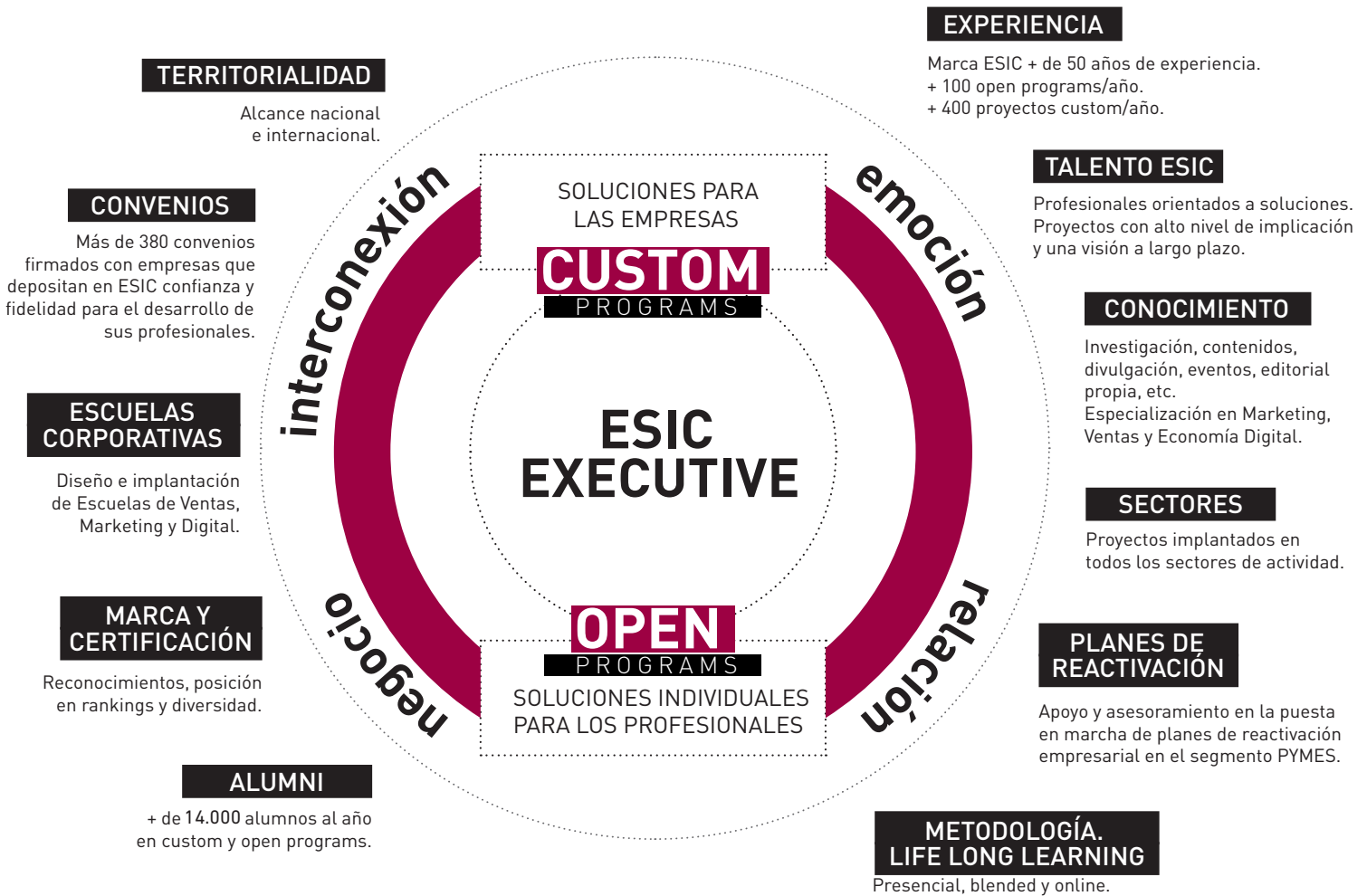
Javier Rovira

Ph.D en Economía de la Empresa, Universidad Rey Juan Carlos.

Director General de Know How Consumering, su enfoque investigador junto con su experiencia directiva ofrecen siempre una visión innovadora y disruptiva de la estrategia empresarial. Anteriormente ha sido Director General en Neck Child y González Byass, Director de Desarrollo Estratégico en Pepsico y Adviser Marketing Manager en Procter & Gamble.

Autor de los libros "Reset & Reload" y "Consumering", y coautor del libro de ponencias "Hoy es Marketing 2007". Ha publicado artículos en las revistas más importantes del país, es colaborador de varias cadenas de radio y conferenciante habitual de Hoy es Marketing de ESIC.

ECOSISTEMA EXECUTIVE EDUCATION



**EXE-
CU-
TIVE**
EDUCATION

**GLOBAL-
THINKING**
GLOBAL LEADERS

MARKETING_
MANAGEMENT_
VENTAS_
ECONOMÍA DIGITAL_

MADRID

91 744 40 40
executive@esic.edu

BARCELONA

93 414 44 44
info.barcelona@esic.edu

VALENCIA

96 339 02 31
info.valencia@esic.edu

NAVARRA

948 29 01 55
info.pamplona@esic.edu

ZARAGOZA

976 35 07 14
info.zaragoza@esic.edu

SEVILLA

95 446 00 03
info.sevilla@esic.edu

BILBAO

94 470 24 86
formacion@camarabilbao.com

MÁLAGA

95 202 03 69
info.malaga@esic.edu

GRANADA

958 22 29 14
master@esgerencia.com

IESIDE Vigo

986 49 32 52
vigo@ieside.edu

IESIDE A Coruña

981 18 50 35
coruna@ieside.edu

SMPSM



Esic



@EsicEducation



tinyurl.com/
ESIC-Linkedin



ESICmarketing



esiceducation

**EXE-
CU-
TIVE**
EDUCATION

 **ESIC**
BUSINESS&MARKETING SCHOOL

www.esic.edu