

***Diplomado
Mercadeo en las
Telecomunicaciones***

Dirigido a:

- Profesionales Universitarios que se desempeñan en las áreas del Mercadeo en Telecomunicaciones e Informática.
- Profesionales Universitarios ejercen su profesión dentro del libre ejercicio profesional en el área de las telecomunicaciones y la informática.

Conocimientos a construir:

- Percibir de forma integral la práctica en el Mercadeo de las Telecomunicaciones.
- Los distintos Mercados tanto Nacional como Internacional y su interacción con el Plan de Mercadeo.
- Desarrollar técnicas y herramientas para la facilitación del diseño del Plan de Mercadeo y su relación con el Plan Estratégico.
- Desarrollar técnicas y herramientas de evaluación en casos prácticos.

Contenido Programático

Módulo (M20)

Bases Conceptuales y Prácticas del Cliente

- Información del Cliente.
- Uso y Fuentes externas.
- Investigación del Cliente.
- Tipos de Segmentación.
- Criterios de Segmentación.
- El Plan de Ventas.

Módulo (M23)

Bases Conceptuales y Prácticas de los Servicios de Telecomunicaciones

- El Mercado de las Telecomunicaciones en Venezuela.
- El entorno Tecnológico.
- Esquema de Competencia del Sector.
- Indicadores de Prestación de los Servicios.
- Tendencias Globales de los Servicios.
- Casos Prácticos.
- Evaluación del Cliente.
- Casos Prácticos.

Módulo (M21)

Elaboración de Plan de Mercadeo

- Diagnostico de Mercado.
- Investigación de mercado.
- Detención de necesidades.
- Vinculación al plan estratégico.
- Plan de mezcla comercial.
- Financiamiento de Plan.
- Casos Prácticos.

Módulo (M22)

Ejecución del plan de Mercadeo de Servicio en Telecomunicaciones

- Aplicación práctica.

Módulo (M19)

Técnicas de Mercadeo Internacional

- El Plan de Mercadeo y su mezcla comercial Internacional.
- Mercadeo y Globalización.
- Canales Comerciales y sus restricciones regionales.
- La publicidad globalizada, talleres y casos.
- Comportamiento de la Investigación de Mercados.
- Identificación de las áreas a distribuir y cómo distribuir.
- El rol de los objetivos de mercadeo a lograr y su influencia en el valor agregado de la empresa.
- Menú de opciones de distintas maneras y formas del Plan.
- Financiamiento del Plan de Mercadeo.

Duración

El diplomado consta de doscientas (200) horas académicas, distribuidas en cuarenta (40) horas por cada módulo, con asistencia de cinco (5) horas semanales durante los días sábados de 9:00 a.m. a 1:00 p.m.

Acreditación

Se Otorga Certificado de Competencia de Aprobación al finalizar el Diplomado.

Requisitos de Admisión

- Fondo Negro (papel fotográfico y autenticado) del Título Universitario expedido, por una Universidad reconocida (Licenciado, Ingeniero o T.S.U).
- Dos Fotocopias de la Cédula de Identidad (ampliada y sin recortar).
- Síntesis curricular
- Constancia de Trabajo.
- Dos fotos de frente tipo carnet.
- Constancia de Cancelación.
- Carpeta Marrón Tamaño Oficio con Gancho.

Aranceles por cada Módulo

- 1) Módulo 72 horas (por módulo)
- 2) Módulo 84 horas (por módulo)
- 3) Módulo 60 horas (por módulo)

Contado	Los Aranceles se informan en la Universidad.
Inscripción	
Matrícula	
Carnet	
Total a pagar	
Financiado	
Inscripción Inicial	
Carnet	
Al momento de la inscripción	
Cuota	

Los pagos podrán realizarse con depósito en efectivo a nombre de la **ASOCIACIÓN CIVIL EDUCATIVA HUMBOLDT**, en la Cuenta Corriente N° 0134-0371-66-3713010978, Banco Banesco.

Se aceptan tarjetas de crédito y débito
NO SE ACEPTAN TRANSFERENCIAS BANCARIAS

Solicite información por los teléfonos:
(0212) 838.45.32 / 578.41.69 / 239.79.39 / 237.05.68 o vía e-mail:

postgradoalejandrohumboldt@gmail.com



Las inscripciones se realizarán en la Av. Andrés Bello, Edif. Universidad Alejandro de Humboldt, Piso 3, Ofic. 6 – Departamento de Postgrado. Horario de Atención: 1:30p.m. a 7:30 p.m.



**UNIVERSIDAD ALEJANDRO DE HUMBOLDT
DIRECCIÓN DE POSTGRADO**

**PROGRAMA HUMBOLDT
DIPLOMADOS**

Diplomado Mercadeo en las Telecomunicaciones

