



# PMKT

Posgrado en  
Marketing Estratégico

En un mundo donde el cambio es la constante,  
la estrategia es lo prioritario.

POSGRADOS UCEMA

Universidad del CEMA

En un mundo donde el cambio es la constante, la estrategia es lo prioritario. El área de marketing es la responsable de la elaboración de estrategias, que creen una propuesta de valor rentable para conquistar al mercado, con el fin de lograr negocios exitosos. Construir marcas líderes es un proceso riguroso ya que involucra distintas disciplinas. El profesional del marketing debe desarrollar capacidades creativas, analíticas y de análisis social.

El Posgrado en Marketing Estratégico de la Ucema propone una formación integral articulando conceptos de psicología y sociología del consumidor, procesos de design thinking para la creación de valor, la disrupción de la tecnología en el análisis de datos y medios digitales, siempre pensando en la rentabilidad del negocio.

Los profesionales que realicen este posgrado podrán desempeñarse y liderar los departamentos de marketing de compañías relevantes.



#### DIRECTORA

**GABRIELA SIRKIS**

Doctora en Dirección de Empresas, UCEMA. Estudio del consumo e Investigación de Mercado, UBA. Posgrados en Dirección de Empresas, UCA e Ingeniera Electrónica, UBA.

## Ejes del programa

El enfoque es teórico-práctico, incorporando diversas metodologías de enseñanza y aprendizaje, buscando balancear la profundidad conceptual, con la bajada práctica y la aplicación de herramientas. Las clases son altamente participativas e incorporan exposiciones, discusiones de casos y proyectos de aplicación. Adicionalmente a los 10 cursos del programa, los participantes podrán complementar su formación asistiendo a seminarios y encuentros en temáticas relacionadas con las estrategias de marketing.

Entre las materias que contiene se encuentran:

- Estrategias de marketing
- Comportamiento del Consumidor
- Investigación de mercados
- Desarrollo de productos e innovación
- Comunicaciones Estratégicas de Marketing
- Marketing Data
- Marketing en medios digitales
- Política de Precios
- Experiencias del consumidor en la omnicanalidad
- Marketing Avanzado

## Condiciones de ingreso



### ENTREVISTA DE ADMISIÓN



### ENTREGA DE DOCUMENTACIÓN

Presentación de la solicitud de admisión con la documentación adjunta: curriculum vitae, título o certificado analítico final, o constancia de título en trámite.

## Modalidad



**7 meses | Lunes y miércoles de 19 a 22 h.**

Sede Av. Córdoba 374, CABA.

## Profesores

#### Alexia Assandri Saitua

Egresada de administración de empresas y posgrado en marketing estratégico, UBA. Maestría en Datamining, Austral. Marketing Science Agency Partner en Facebook. Tiene más de 15 años de experiencia en marketing digital, business intelligence y marketing science.

#### Rodrigo Castiglione

Ing. en Electrónica, UNLP. MBA, UCEMA. Director de la agencia de marketing digital NYPSI. Socio de Empreones, consultora especializada en marketing y desarrollo comercial de PyMES.

#### Gustavo Koblinc

Lic. en Ciencias de la Computación. MBA con especialización en Marketing. Vicepresidente Tercero de AMDIA y Co-Founder del Digital Analytics Council de Argentina (DACA). Autor del libro Omnicanalidad vista desde adentro.

#### Santiago Olivera

Egresado de la Fundación de Altos Estudios en Ciencias Comerciales y con estudios en Maestría en Comunicación Institucional, UCES. Presidente y CEO de VMLY&R, Director y ex-Presidente de la Asociación Argentina de Publicidad, Director de Interact (Union de Agencias Interactivas) y miembro del Consejo de Autorregulación Publicitaria.

#### Pablo Raies

Lic. en Administración de Empresas y Contador, UCA. MBA con especialización en Marketing Wharton School. Desarrolló su experiencia profesional en el área de Marketing en Coca-Cola de Argentina y en Booz-Allen & Hamilton.

#### Diego Regueiro

Lic. en Administración y Contador Público Nacional, UBA. MBA, University of Michigan. Director Ejecutivo de la consultora Marketing y Estrategia, y se ha desempeñado como gerente de marketing en empresas como Zurich, Bank Boston y Banco Río.

#### Marcela Seggiaro

Lic. en Economía, UBA. MBA, Universidad Politécnica de Valencia, Posgrado en Visual Merchandising y Psicología aplicada en Técnicas Visuales Universidad Autónoma de Madrid, España. Consultora Especialista en Retail Design, Visual Merchandising y Construcción de Marcas. Directora y co-fundadora de RVOMarketing.

#### Gabriela Sirkis

Doctora en Dirección de Empresas, UCEMA. Estudio del consumo e Investigación de Mercado, UBA e Ingeniera Electrónica. Directora de la consultora GPSMARKETING especializada en Planeamiento Estratégico, Marketing & Research. Desarrolló su experiencia profesional en el área de Marketing en Cadbury, Bunge & Born e IBM.

#### Nicolás Valenzuela

International Digital Strategy Consultant. Experto en Analytics y Modelos Data Driven. Customer Success Director en VTEX The True Cloud Commerce Platform. Fundador de andabi.com. Director Comisión de Métricas de la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE). Líder de Data Analytics AMDIA.