



ESIC

ESCUELA SUPERIOR DE
INTELIGENCIA COMERCIAL



CERTIFICACIÓN DE TERCER NIVEL

Gestión de Marketing y Comunicación
Especializada en Profesionales de la Salud

Acerca del Programa

Generar estrategias de participación, posicionamiento, promoción y/o activación de marcas, productos o servicios, en función al objetivo de mercado establecido

Implementar planes comunicacionales de acuerdo al mercado meta y objetivos organizacionales establecidos.

Doble Certificación

Ministerio
del Trabajo



República
del Ecuador



ESIC
ESCUELA SUPERIOR DE
INTELIGENCIA COMERCIAL

Reconocimiento por Competencias Laborales en:

Gestión en Promoción de Marcas, Productos o Servicios

Senescyt

Secretaría de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

Subsecretaría de
Cualificaciones Profesionales

Ministerio
Del Trabajo

**ESIC**ESCUELA SUPERIOR DE
INTELIGENCIA COMERCIAL

Dirigido a:

Este programa está orientado a Médicos o profesionales de la salud que deseen capacitarse y desarrollar sus competencias en estrategias comerciales y comunicación a fin de poder diseñar estrategias publicitarias efectivas que les permitan mantener un flujo constante de pacientes.

Adicionalmente esta dirigido a:

- Médicos
- Licenciados en enfermería
- Odontólogos
- Fisioterapeutas
- Sicólogos
- Jefe de departamento, publicidad
- Especialista en marketing y publicidad
- Licenciado en marketing y publicidad
- Jefe de departamento de comercialización y ventas
- Publicista, responsable de campaña publicitaria



Metodología

Utilizamos 3 tipos de metodologías creadas por las más prestigiosas universidades a nivel mundial, tales como:

- a) Metodología “Vivencial” [25% Teórico - 25% Técnico - 50% Practico] – Escuela Superior de Inteligencia Comercial
- b) Metodología “Modelo de Tutorías” - Universidad de Cambridge
- c) Metodología “Caso de Estudio ” – Universidad de Harvard
- d) Metodología “Debates y Simulaciones” - Universidad de Oxford

Beneficios

- a) Desarrollar de manera autónoma una estrategia comercial
- b) Mejorar e implementar sistemas de comunicación
- c) aprender como medir y mejorar los indicadores de una campaña





Módulo I

Evaluación Estratégica del Mercado: Conoce tu propuesta de valor

Objetivo

Determinar el estado o situación actual de la marca, producto o servicio en el mercado a de acuerdo a procedimientos establecidos

Temario

- **Recopilación información de la situación actual en el mercado de la marca, producto, servicio.**
- **Análisis la información de la situación actual de la marca, producto, servicio. (DAFO)**
- **Análisis y desarrollo del Brief, el valor diferencial del negocio**
- **Estudio del buyer person y segmentación de mercado y nichos de mercado**
- **Selección de los potenciales mercados meta de acuerdo a la información analizada**
- **Elaboración de los objetivos de acuerdo al mercado meta (conseguir clientes / posicionamiento de la marca)**

Módulo 2

Plan de negocios para el sector de la salud: Estrategias Avanzadas de Marketing Tradicional y Digital

Objetivo

Realizar el benchmarking de la marca, producto o servicio, y del mercado, de acuerdo a procedimientos establecidos.

Temario

- **Identifica competidores, proveedores y canales de distribución y comunicación en el mercado.**
- **Analiza los elementos del marketing mix de la competencia.**
- **Selecciona Proveedores y canales de distribución**
- **Establece canales de comunicación**
- **Elabora el/los informe/s de resultados con conclusiones y recomendaciones.**

Módulo 3

Publicidad y comunicación Inteligente en el sector de la Salud: Llega a tus Pacientes Ideales

Objetivo

Establecer el Plan Comunicacional de la marca, producto o servicio de acuerdo al objetivo de mercado planteado.

Temario

- Diseñar los escenarios del plan de comunicación
- Validar los escenarios del plan de comunicación, análisis de viabilidad y factibilidad
- Seleccionar los escenarios del plan de comunicación
- Elaborar los informes de resultados con conclusiones y recomendaciones.



Módulo 4

Planificación de Campañas Publicitarias: “Crea una Huella Digital Impactante y Conviértete en la Autoridad en tu Especialidad”

Objetivo

Determinar los medios de ejecución del plan publicitario de acuerdo a procedimientos establecidos.

Temario

- Identificar proveedores de acuerdo al medio de comunicación seleccionado por la organización
- Evaluar las propuestas de proveedores identificados
- Seleccionar el proveedor de acuerdo a procedimientos establecidos
- Validar el proveedor del medio de comunicación seleccionado con el inmediato superior
- Contratar proveedor del medio de comunicación de acuerdo a procedimientos establecidos.
- Acordar con el proveedor el time line de la campaña y de la medición

Módulo 5

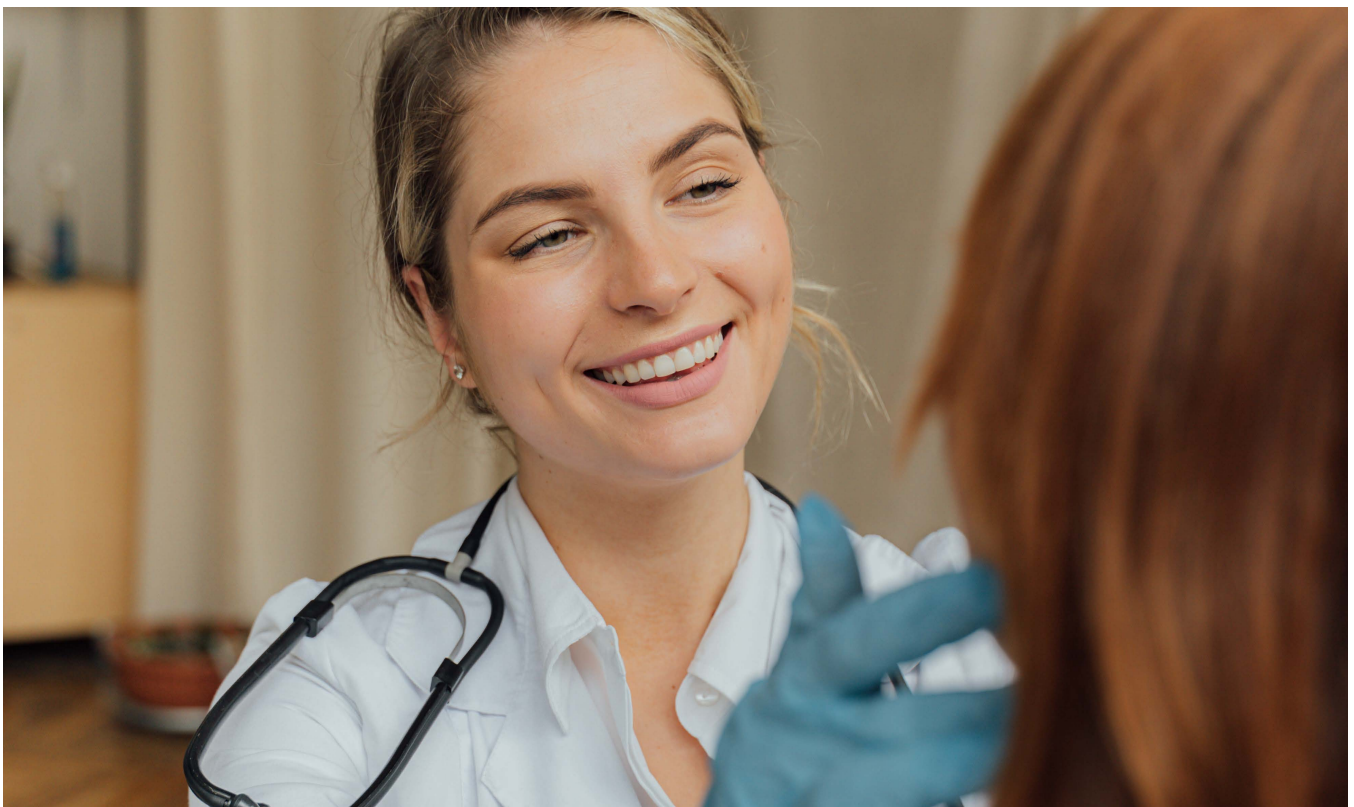
Marketing de Contenidos de salud: Crea una Presencia Online Magnética Fideliza y Genera Referencias.

Objetivos

Instruir a los participantes a establecerse como autoridades en sus respectivas especialidades médicas a través de estrategias de marketing de contenidos.

Enseñar a los profesionales de la salud cómo utilizar el marketing de contenidos para atraer a nuevos pacientes y mantener una base de pacientes leales.

Capacitar a los médicos y profesionales de la salud para aprovechar el poder del contenido para generar referencias y hacer crecer sus prácticas médicas.





Temario

- Introducción al marketing de contenidos en el sector de la salud.
- La importancia de la presencia en línea para profesionales de la salud.
- Definición de objetivos y audiencia.
- Identificación de temas relevantes y atractivos para los pacientes.
- Desarrollo de contenidos educativos y útiles.
- Estrategias para mantener la precisión y la ética médica en el contenido.
- Uso efectivo de las redes sociales para promover contenido médico.
- Estrategias de email marketing para llegar a los pacientes.
- Colaboraciones y asociaciones estratégicas para aumentar la visibilidad.
- Cómo construir relaciones de confianza con los pacientes a través del contenido.
- Estrategias para mantener a los pacientes informados y comprometidos.
- El valor de la retroalimentación y la comunicación bidireccional.
- Estrategias para fomentar las referencias de pacientes satisfechos.
- Monitoreo del rendimiento y ajustes en la estrategia de marketing de contenidos.
- Planificación a largo plazo para el crecimiento sostenible de las Redes Sociales

Módulo 6

Gestión de Comunicación Estratégica: Monitoreo y Evaluación, Transforma Datos en Acciones

Objetivos

Monitorear la ejecución del plan comunicacional de acuerdo al contrato, definiciones y procedimientos establecidos

Evaluar el plan comunicacional de acuerdo al mercado meta y objetivos organizacionales establecidos

Temario

- Identificar metodologías de monitoreo de planes comunicacionales
- Determinar las metodologías de monitoreo al plan de comunicación establecido.
- Ejecutar las actividades definidas en la metodología determinada.
- Elaborar los informes de resultados con conclusiones y recomendaciones
- Establecer la periodicidad de la medición en la implementación de la estrategia de comunicación.
- Diseñar el plan de medición y control al plan comunicacional.
- Ejecutar el plan de medición y control al plan comunicacional
- Elaborar los informes de resultados con conclusiones y recomendaciones

Proceso de admisión

- Realizar pago del valor de inscripción:
- Llenar el formulario de admisión y entregarlo junto con los siguientes documentos digitalizados:
 - Cédula de identidad.
 - Planilla de servicios básicos.
 - Certificado laboral (opcional)



Resumen

Clases en vivo modalidad On-Line

Carga Horaria

240 Horas
Académicas

Incluye:

- Material de trabajo
- Certificado de Aprobación



Horarios
Por definir

Métodos de pago

- Efectivo
- Transferencias:

ESCUELA SUPERIOR DE INTELIGENCIA COMERCIAL
BANCO PICHINCHA cta cte 2100217419

Descuentos especiales

- Pago de contado (efectivo o transferencia)
- Inscripción por grupos* de (6-10 personas)
- Los descuentos no son acumulables.

*Aplica solo para pagos anticipados