

Cide Por Dentro

Mora Contreras, César Enrique, MBA*

La especialización en Gerencia de Mercadeo

La decisión de realizar un programa de Posgrado es una cuestión que muchas personas se plantean en algún momento de su vida profesional. Los estudios de postgrado buscan satisfacer diferentes necesidades, por un lado hay quienes pretenden asegurarse un futuro profesional, para otros es una forma de autorrealización, o simplemente es una manera de ganar reconocimiento. Sea cual fuere la razón, en el fondo subyace un aspecto central: fortalecer sus conocimientos en un área determinada.

Con el proyecto de creación del programa de Especialización en Gerencia de Mercadeo del Centro de Investigaciones y Desarrollo Empresarial (CIDE) se busca ofrecer formación avanzada aplicada en el ámbito del mercadeo, todo ello con el fin de responder al fortalecimiento de los profesionales requeridos en este campo a nivel regional y nacional, mediante la oferta de conocimientos especializados y actualizados para su ejercicio. Se ofrece así un programa formativo sobre investigación y técnicas de mercado, y sobre sus funciones con relación a la comunicación, distribución comercial, desarrollo y lanzamiento de productos, asignación de precios y consultoría en esta área.

Este programa goza de algunas características diferenciadoras. Por un lado, cuenta con una malla curricular bastante flexible, permite al estudiante a partir del segundo semestre seleccionar asignaturas que se adaptan más a sus necesidades y circunstancias, permitiendo así que el propio estudiante diseñe gran parte de su programa de estudio. Otro aspecto a destacar -sin duda- es la planta profesoral de este programa, conformada por profesionales con una comprobada trayectoria académica y profesional, constituyéndose en la columna vertebral de la ejecución de la especialización. Finalmente, cuenta con el sello de calidad que lleva consigo el ser un programa que está bajo el cobijo de la Universidad de Los Andes.

* Sustainable Development, Social and Strategic Management Consultant & Researcher Undergrade and Grade Professor.Universidad de Los Andes (Venezuela). www.cesarmora.com

Para diseñar este programa se hizo necesario evaluar las fortalezas y debilidades que tenía la Maestría en Administración mención Mercadeo del CIDE, la cual se constituía como un programa que buscaba cubrir un espacio académico importante en la región, sin embargo, su rigidez curricular y enfoque más teórico que aplicado fue haciendo que desapareciera al carecer de atractivo para los potenciales profesionales que pudieran interesarse en un programa de postgrado en mercadeo. De esta forma, se analizó el enfoque de dicho programa, llegando a la conclusión de rediseñar su malla curricular con base en un enfoque más orientado hacia la aplicación y toma de decisiones propias de un entorno organizacional como el nuestro, constituido en su mayoría por pymes. Esta tarea se llevó a cabo a través de un par de reuniones que incluían al Consejo Técnico del CIDE y profesores de la Cátedra de Mercadeo e Innovación, posteriormente se propuso una malla curricular basada las competencias que se desean desarrollar en el profesional que ingresa a la especialización. A continuación se muestra los aspectos más resalantes del proyecto de la creación del programa de Especialización en Gerencia de Mercadeo.

La especialización está estructurada en tres semestres, de 8 unidades crédito cada uno. A lo largo de ella se ofrecen doce asignaturas, cinco (5) de carácter obligatorio: tres (3) impartidas durante el primer semestre (Mercadeo I, Comportamiento del consumidor y Estadística aplicada al mercadeo), y dos (2) durante el segundo semestre (Mercadeo II e Investigación de mercados). Por otro lado, consta de tres (3) asignaturas integradoras impartidas una en cada semestre (Responsabilidad Social Organizacional, Habilidades Gerenciales y Plan Estratégico-Operacional). Finalmente, durante el segundo y tercer semestre el estudiante tendrá la oportunidad de cursar cinco (5) asignaturas electivas: dos (2) en el segundo semestre y tres (3) en el tercer semestre. Las asignaturas electivas propuestas en el proyecto son las siguientes: Segmentación y posicionamiento estratégico, Modelos de negocios orientados al consumidor, Creatividad e innovación, Gerencia de producto, Logística, Gestión de la comercialización, Mercadeo 2.0, Gerencia de la calidad del servicio, Gestión del punto de venta y Gestión de la marca.

Cada uno de los semestres se ha estructurado para brindar al aspirante a especialista en Gerencia de Mercadeo el desarrollo de cada una de las dimensiones del concepto de marketing, vale mencionar dimensiones Filosófica, Estratégica y Operacional, brindando así una visión clara del concepto y su integración dentro de la planificación estratégica y táctica de la organización.

Desde ya esperamos consolidar este proyecto de creación cuando para el último trimestre del año 2014 se esté haciendo el llamado a preinscripciones de la que se conformará como la primera cohorte de la especialización en Gerencia de Mercadeo.