



DIPLOMA INTERNACIONAL

ESTRATEGIA DE MARKETING Y GESTIÓN COMERCIAL B2B

IMPULSANDO LA RENTABILIDAD EN LA NUEVA REALIDAD

2022
10 DE MARZO
AL 06 DE OCT.



126 HORAS
ACADÉMICAS



MARTES Y
JUEVES



HORARIO
SUNRISE



ONLINE
SINCRÓNICO

IMI B2B
INSTITUTO DE MARKETING INDUSTRIAL

GĚRENS | ESCUELA
DE POSTGRADO

 Center for
Business &
Industrial
Marketing

www.diplomab2b.org

APERTURA DEL PROGRAMA 2022



Roberto Mora, PhD.
Director Académico

“Bienvenidos al mejor programa de marketing y gestión comercial B2B en Hispanoamérica. Somos el único ecosistema académico, compuesto de especialistas y practitioners de economías avanzadas, certificado en EEUU. Nuestro plan de estudio es disruptivo y provocador, sustentado en investigación empírica de vanguardia y con una orientación pedagógica basada en el método de casos. Por lo tanto, si deseas un reto de clase mundial con conocimientos de marketing excellence que logran resultados financieros supra-normales, te esperamos en marzo 2022.”

BENEFICIOS:

-  Prepárate para las exigencias y estándares de gestión más altas de nivel global y marca la diferencia en tu perfil profesional.
-  Obtiene triple certificación: IMI B2B, Georgia State University, GERENS - Escuela de Postgrado.
-  Aprende de profesores PhD internacionales en Marketing y Ventas B2B.
-  Participa en el único diploma que une la excelencia académica con casos reales 100% B2B.
-  Accede al campus virtual para gestionar el material y asignaturas de estudio.
-  Pertenece a la exclusiva comunidad y red de líderes B2B en América Latina.
-  Destaca con un reconocimiento para la mejor nota o trabajo práctico.

RESPALDADO POR ENTIDADES B2B DE CLASE MUNDIAL



Wesley Johnston, PhD
Director CBiM
Georgia State University

"Desde el año 1996, CBiM es la entidad líder en el mundo en la investigación de la gestión comercial B2B para crear las prácticas de marketing y ventas más rentables a escala global. Estamos muy contentos de respaldar y certificar el primer diploma B2B en América Latina."



Rodrigo Prialé, PhD
Gerente General
Escuela de Postgrado GERENS

"Como escuela de postgrado especializada nos enfocamos en la formación de ejecutivos en los sectores productivos claves para el desarrollo del país. con IMI B2B compartimos la misma visión sobre la relación comercial industrial que debe existir entre la empresa compradora y vendedora."



Mario Urech, Msc.
Socio Fundador
IMI B2B

"El Instituto de Marketing Industrial es la única entidad especializada en estrategia comercial B2B en América Latina uniendo academia e industria. Preparamos con nuestros programas a las ejecutivas y los ejecutivos B2B con las herramientas más avanzadas para triunfar en sus negocios."

J. MACK ROBINSON
COLLEGE
OF BUSINESS

EXPOSITORES B2B CON EXCELENCIA ACADÉMICA

**Wesley Johnston, PhD.**

Professor full time
Georgia State University (EE.UU.)

Director de Center for Business and Industrial Marketing (CBIM) y miembro de American Marketing Association (AMA). Ha publicado en revistas prestigiosas como Journal of Marketing y Journal of Consumer Research y es editor en Journal of Business and Industrial Marketing.

**Per Vagn Freytag, PhD.**

Professor full time
Southern Denmark University (DK)

Research leader de B2B marketing y supply-chain en Southern Denmark University. Ha publicado en Industrial Marketing Management, Journal of Business and Industrial Marketing, Journal of Business Research, entre otros. Ha liderado proyectos financiados por la Unión Europea en colaboración público-privada en sector energía.

**Pablo Cabanelas, PhD.**

Professor full time
Universidad de Vigo (ESP)

Ha publicado en revistas prestigiosas como Industrial Marketing Management, Journal of Business and Industrial Marketing, Journal of Business Research entre otros. Pertenecer al claustro de profesores de posgrado de la UNAM (México).

**Jon Charterina, PhD.**

Professor full time
Universidad del País Vasco (ESP)

Ha publicado en revistas prestigiosas como Journal of Business & Industrial Marketing, European Journal of Innovation Management. Es profesor colaborador en la Universidad de Nevada (EE.UU.) y en la UNAM (México).

**José Roberto Concha, PhD.**

Professor full time
Universidad de Icesi (COL)

Jefe de Departamento de Mercadeo y Negocios Internacionales. Profesor visitante en Montpellier (Francia), ESPOL (Ecuador) y en la Universidad Católica (Bolivia). Experiencia ejecutiva como Gerente General de Mercadeo en empresas industriales.

**Juan Sosa Godina, PhD.**

Professor full time
Tecnológico de Monterrey (MX)

Ha sido consultor, relator e investigador asociado a la Universidad de Chile y profesor en la Universidad Nacional Andrés Bello en Chile. Experiencia práctica de 21 años en management, marketing y ventas en empresas como Alcatel y Thomson Technicolor.

**Roberto Mora, PhD.**

Professor full time
Southern Denmark University (COL)

Consultor internacional de negocios B2B con foco en minería, construcción, celulosa & papel, y alimentos. Research Manager del Center for Business and Industrial Marketing, Georgia State University (EE.UU.). Es Associate Editor en Journal of Business and Industrial Marketing y miembro de IMP Group (Inglaterra) y de ISM (EE.UU.).

**Mario Urech, MSc.**

Socio Fundador
Instituto de Marketing Industrial (CL/PE)

Expositor, investigador y consultor de negocios B2B internacional. Vasta experiencia práctica en el desarrollo de estrategias de marketing como empresas B2B líderes globales, MSc. de la Universidad de Berna (Suiza), cuenta con certificaciones de la Universidad de Chile y World Trade Institute (Suiza).

2022
10 DE MARZO
AL 06 DE OCT.



126 HORAS
ACADÉMICAS



MARTES Y
JUEVES



HORARIO
SUNRISE



ONLINE
SINCRÓNICO

Diploma internacional en:

Estrategia de Marketing y Gestión Comercial B2B

Director Académico: Roberto Mora, PhD.

PROGRAMA

126 horas académicas

| MARZO | | | ABRIL |
|--|--|--|--------------------------------------|
| Macro-tendencias en negocios B2B 6 Hrs. | Formulación de la estrategia de marketing B2B 12 Hrs. | Segmentación de mercados B2B 9 Hrs. | Charla practitioner 3 Hrs. |
| ABRIL | | MAYO | |
| Value-enhancement 15 Hrs. | | Communication 12 Hrs. | |
| MAYO | | JUNIO | |
| Selling y canales de marketing 12 Hrs. | Implementación de la estrategia de marketing B2B 12 Hrs. | Charla practitioner 3 Hrs. | |
| JULIO | | AGOSTO | |
| Principios adicionales (firm-level) de marketing y gestión comercial B2B 15 Hrs. | Estructura organizacional de marketing & gestión comercial 12 Hrs. | Control, liderazgo & plan der marketing B2B 9 Hrs. | |

Septiembre: Trabajo individual plan de marketing B2B

Octubre: Presentación plan de marketing B2B



Premiación de la mejor nota y trabajo en el 6to B2B Summit (Octubre)

NOTAS:

- Sesión de bienvenida e introducción: Martes, 08 de marzo de 2022.
- Primera clase: Jueves, 10 de marzo de 2022. Última clase: Jueves, 06 de octubre de 2022.
- CLASES: Entre las semanas 10 y 34.
- TRABAJO INDIVIDUAL PLAN DE MARKETING B2B: Entre las semanas 35 y 38.
Las presentaciones de los trabajos individuales de Plan de marketing B2B serán en la semana 40.
- FERIADOS Y VACACIONES SIN CLASES: En las semanas 15, 16, 25, 30, 31.
- DÍAS Y HORARIOS DE CLASES: Martes y jueves de cada semana en horario sunrise de 6:45 - 09:00 am CST (Colombia, Ecuador, México, Perú). En Argentina, + 2h de diferencia. En Chile, + 1h de diferencia en horario de invierno y + 2h en horario de verano (las sesiones en las semanas 10, 11, 12, 13 y 40).

- Cada sesión es equivalente a 3 horas pedagógicas.
- Las clases serán dictadas en formato online en tiempo real.

Perfil y requisitos:

Mínimo 5 años de experiencia en cargos de directores, gerencias o jefaturas de áreas comerciales, marketing, ventas, técnicas o afines. Inglés intermedio para la lectura de artículos.

INVERSIÓN:

USD 3.500

DESCUENTOS:

8% Early payment al contado (hasta el 14 de enero del 2022)
10% para clientes y alumnos de GÉRENS e IMI B2B

Consúltanos para fraccionar el pago en cuotas sin interés

PLAN DE ESTUDIOS STATE OF THE ART

1. Macro-tendencias en negocios B2B (6 Hrs.)

Fechas: 10 de marzo & 15 de marzo

- Market orientation
- Solution selling
- Digitalization & ML
- Value-chain
- Big data & IoT
- Caso práctico/análisis de resultados de estudio empírico

2. Formulación de la estrategia de marketing B2B (12 Hrs.)

Fechas: 17 de marzo, 22 de marzo, 24 de marzo & 29 de marzo

- Estrategia y mercado
- ¿Qué es estrategia comercial?
- Supuestos y paradigmas de mercado
- Outside-in management y el concepto marketing
- Caso práctico/análisis de resultados de estudio empírico

3. Segmentación de Mercados B2B (9 Hrs.)

Fechas: 31 de marzo, 05 de abril & 07 de abril

- ¿Por qué segmentar el mercado?
- Tipos de segmentación de mercados
- Midiendo mercados B2B
- Targeting de segmentos de mercados
- Caso práctico/análisis de resultados de estudio empírico



CHARLA PRACTITIONER:
Cliente Minería/Construcción
(3 Hrs.)

Fecha: 21 de abril

4. Value-enhancement (15 Hrs.)

Fechas: 26 de abril, 28 de abril, 03 de mayo, 05 de mayo & 10 de mayo

- Market research (cuantitativa, cualitativa, mixta)
- Desarrollo de nuevas ofertas (servicio, productos, híbridos)
- Estrategia de precios (cost plus, competitive pricing, value-based pricing)
- Caso práctico/análisis de resultados de estudio empírico

5. Communication (12 Hrs.)

Fechas: 12 de mayo, 17 de mayo, 19 de mayo & 24 de mayo

- Comunicaciones de marketing B2B tradicionales (e.g., advertising, trade shows)
- Website & social media
- Apps
- Caso práctico/análisis de resultados de estudio empírico

6. Selling y canales de marketing (12 Hrs.)

Fechas: 26 de mayo, 31 de mayo, 02 de junio & 07 de junio

- Personal selling
- e-commerce
- Distribución y agentes
- Caso práctico/análisis de resultados de estudio empírico

7. Implementación de la estrategia de marketing B2B (12 Hrs.)

Fechas: 09 de junio, 14 de junio, 16 de junio & 28 de junio

- Rol del CEO
- Rol del personal de marketing
- Rol del personal de ventas y otras áreas funcionales (e.g., finanzas, I+D+i)
- Agilidad & marketing excellence
- Caso práctico/análisis de resultados de estudio empírico



CHARLA PRACTITIONER:
Cliente Pesca/Agroindustria/
Celulosa & papel (3 Hrs.)

Fecha: 30 de junio

8. Principios adicionales (firm-level) de marketing y gestión comercial B2B (15 Hrs.)

Fechas: 05 de julio, 07 de julio, 12 de julio, 14 de julio & 19 de julio

- Branding (electivo 1)
- Customer relationship & key account management (electivo 2)
- Marketing internacional (electivo 3)
- Innovación de productos/servicios industriales (electivo 4)
- Casos prácticos

9. Estructura organizacional de marketing y gestión comercial (12 Hrs.)

Fechas: 21 de julio, 09 de agosto, 11 de agosto & 16 de agosto

- Diseñando el departamento de marketing
- Diseñando el departamento de ventas
- Diseñando un departamento híbrido
- Diseñando otros departamentos relacionados
- Caso práctico/análisis de resultados de estudio empírico

10. Control, liderazgo y plan de marketing B2B (9 Hrs.)

Fechas: 18 de agosto, 23 de agosto & 25 de agosto

- Estableciendo métricas de control (proceso vs. resultado)
- Midiendo el performance de la empresa B2B
- entregando feedback a su equipo de marketing y ventas
- Estructura del plan de marketing B2B
- Caso práctico

2022
10 DE MARZO
AL 06 DE OCT.



126 HORAS
ACADÉMICAS



MARTES Y
JUEVES



HORARIO
SUNRISE



ONLINE
SINCRÓNICO



IMI B2B
INSTITUTO DE MARKETING INDUSTRIAL



Estamos agradecidos de la gran valoración de nuestro esfuerzo

8.91



Recomendación (NPS) del programa

UNA EXPERIENCIA DE PRESTIGIO INTERNACIONAL



Juan Carlos Vercoutere
Gerente de Mercadeo,
Eaton (Chile)

"Como profesional del mundo industrial realmente valoro la oportunidad de haber sido parte de este programa, donde conocí profesores de altísimo nivel y experiencia internacional en distintas industrias, que sin duda me permitirán enfrentar desafíos organizacionales con mayores herramientas y aumentar las probabilidades de éxito. También hay que destacar el grupo de compañeros/colegas que se formó en el programa, con el cual se pueden compartir experiencias y oportunidades de mejora y con ello enriquecer nuestra visión sobre la industria y mercados."



Alejandra Diaz
Business Developer,
Desnivel (Perú)

"El diploma de IMI B2B y Gerens ha sido una experiencia muy enriquecedora tanto a nivel de contenidos como de networking entre profesores y compañeros. La metodología permite el intercambio de experiencias y conocimiento, destacando el componente, que permite asentar todo el conocimiento adquirido a lo largo del programa. Además, el profesorado, de gran prestigio internacional, aporta una experiencia profesional que ayuda más allá de la teoría, trabajando con ejemplos reales."



Juan Calero
Gerente Comercial,
Tramec (Colombia)

"El diploma Estrategia de Marketing y Gestión Comercial B2B es un programa completo que consta de una buena estructura teórica, al igual que varios componentes prácticos para implementar lo aprendido. Los ejemplos dados de casos de estudio, de discusiones con los compañeros al igual que de los ejemplos de docentes y su experiencia hacen que el diploma sea una experiencia muy enriquecedora. Ha sido una inversión muy gratificante y he obtenido un gran crecimiento educativo y profesional."



Manuel Saavedra
Commercial Manager,
Mathiesen (Chile)

"El Diploma se desarrolló en un grato ambiente multicultural, donde compartir con profesionales (Alumnos y Profesores) de diferentes países enriqueció mucho la discusión y el proceso de aprendizaje. El nivel de conocimiento y experiencia demostrado por los académicos fue de alto valor y cada tema tratado fue aterrizado a casos prácticos, lo que facilitó la comprensión y aplicación de conceptos al día a día del negocio."



Susana Burtinza
Gerente Comercial,
Orion GPE (Perú)

"Agradezco a IMI B2B por la impecable organización y ejecución del Diploma internacional en Estrategia de Marketing y Gestión Comercial B2B donde a lo largo de casi 7 meses de estudio hemos recibido información muy valiosa, acorde con estándares de gestión de nivel global. Y lo más importante, hemos tenido la oportunidad de trabajar con casos reales y aplicar todo lo aprendido."



Enzo Canale
Business Developer
Bosch Rexroth (Perú)

"Recomiendo altamente este diploma, el cual brinda conocimientos profundos y actualizados del Marketing, además de herramientas necesarias para un desarrollo en detalle de un plan estratégico. Un ambiente muy profesional de compañeros y staff, pudimos compartir experiencias de nuestras empresas y mercados industriales, lo cual sumó de manera particular al curso." ¡Muchas gracias!