

Marketing Social: Estrategias para el Bienestar Empresarial y Comunitario

Economía, Administración & Contaduría | Marketing y publicidad | para estudiantes universitarios | 16 semanas

Descripción del Curso

Este curso de Marketing Social está diseñado para estudiantes universitarios del área de Economía, Administración y Contaduría interesados en comprender y aplicar estrategias de marketing orientadas al bienestar social, empresarial e individual. A lo largo de 16 semanas, los estudiantes explorarán los fundamentos teóricos y prácticos del marketing social, aprendiendo a identificar necesidades comunitarias y diseñar programas efectivos que generen un impacto positivo en la sociedad.

El enfoque metodológico combina análisis crítico, estudios de caso, proyectos colaborativos y aplicación práctica de técnicas y herramientas innovadoras de marketing social. Se busca que los estudiantes no solo comprendan la filosofía y el concepto del marketing social, sino que también desarrollen competencias para planificar, ejecutar y evaluar programas que beneficien a diversos actores sociales.

Al finalizar el curso, los estudiantes estarán capacitados para analizar y aplicar procedimientos de marketing social con efectividad, contribuyendo a la formación de agentes de cambio que promuevan el bienestar colectivo y empresarial, a través de estrategias integradas y fundamentadas en un planeamiento estratégico sólido.

Objetivos Generales

- Analizar los elementos esenciales del marketing social para su aplicación efectiva en contextos empresariales y comunitarios.
- Comprender y aplicar la filosofía y los conceptos fundamentales del marketing social.
- Identificar las necesidades de la comunidad y proponer mecanismos adecuados para su satisfacción mediante marketing social.
- Diseñar y gestionar programas y estrategias de marketing social fundamentados en herramientas analíticas y planeamiento estratégico.
- Fomentar la formación de agentes transformadores mediante la implementación de acciones y tácticas que beneficien a la empresa, al individuo y a la sociedad.

Competencias

- Analizar críticamente los conceptos y fundamentos del marketing social aplicados a contextos reales.
- Identificar y evaluar necesidades y problemáticas comunitarias para proponer soluciones basadas en marketing social.

- Aplicar herramientas y técnicas de análisis para diseñar programas efectivos de marketing social.
- Desarrollar y gestionar planes estratégicos de marketing social que integren objetivos empresariales y sociales.
- Diseñar e implementar acciones, estrategias y tácticas de marketing social orientadas a la transformación social positiva.
- Evaluar el impacto de programas de marketing social en beneficio de la empresa, el individuo y la sociedad.

Requerimientos

- Conocimientos básicos de marketing y publicidad.
- Comprensión general de conceptos económicos y administrativos.
- Habilidades básicas de análisis crítico y trabajo en equipo.
- Acceso a recursos digitales para investigación y desarrollo de proyectos.

Unidades del Curso

Unidad 1: Introducción al Marketing Social

Unidad 2: Fundamentos y Principios del Marketing Social

Unidad 3: Identificación de Necesidades y Segmentación Social

Unidad 4: Herramientas de Análisis para el Marketing Social

Unidad 5: Diseño y Desarrollo de Programas de Marketing Social

Unidad 6: Planeamiento Estratégico en Marketing Social

Unidad 7: Estrategias y Tácticas para la Ejecución de Marketing Social

Unidad 8: Comunicación y Promoción en Marketing Social

Unidad 9: Marketing Social Digital y Nuevas Tecnologías

Unidad 10: Medición y Evaluación del Impacto Social

Unidad 11: Casos de Estudio en Marketing Social

Unidad 12: Responsabilidad Social Empresarial y Marketing Social

Unidad 13: Aspectos Legales y Éticos en Marketing Social

Unidad 14: Formación de Agentes Transformadores

Unidad 15: Proyecto Integrador de Marketing Social I

Unidad 16: Proyecto Integrador de Marketing Social II y Evaluación Final