



María Cano  
Fundación Universitaria  
Vigilada MinEducación

**POS  
GRA  
DOS**  
*María Cano*

Medellín

# Especialización

# EN GERENCIA DE MERCADERO RELACIONAL

SNIES 107271 RC No. 013991 del 15 de agosto de 2018

**Duración** 2 semestres

**Modalidad** Presencial

**Número de créditos** 28 créditos

**Título que otorga** Especialista en gerencia de  
mercaderos relacionales



## Presentación **general**

El Marketing Relacional redirecciona la orientación estratégica de mercadeo, lo transforma desde la perspectiva de solo captar clientes (transacciones) hacia a la búsqueda de su satisfacción integral en el largo plazo (relaciones). Para Mesonero (2012) "el marketing relacional es una mentalidad empresarial que pone el énfasis en la construcción de relaciones a largo plazo con los clientes y consumidores". Y Kotler (2013) agrega: "(...) la transacción es parte de un concepto más amplio, conocido como mercadeo de relaciones. Los buenos ejecutivos de mercadeo tratan de construir la confianza del consumidor a largo plazo, a través de mantener buenas relaciones con los clientes, distribuidores, comerciantes y proveedores, por medio de la promesa y del cumplimiento del suministro de alta calidad y del ofrecimiento de un buen servicio y precios razonables a la otra parte a lo largo del tiempo. El mercadeo relacional disminuye los costos y el tiempo de las transacciones y en algunos casos permite pasar de la transacción negociada a la simple rutina".

De esta manera, el Mercadeo Relacional o Marketing de Relaciones, se constituye en una filosofía empresarial con orientación de tipo estratégico, indispensable en la administración y gerencia de las empresas, marcas y clientes del mundo de hoy.

El programa Especialización en Gerencia de Mercadeo Relacional, responde a estas necesidades y se centra en formar profesionales que tengan las competencias en la toma de decisiones estratégicas en los procesos de relacionamiento con los clientes generando valor para la organización, actuando con criterios de integridad, emprendimiento, visión global y la responsabilidad social. para aprovechar oportunidades del mercado global; igualmente, aportar a la solución de problemas del mercadeo relacional en las organizaciones a partir del uso de tecnologías de la información y comunicación, mediante el desarrollo de estrategias creativas e innovadoras en la formulación de propuestas mercadológicas.

## Dirigido a

El programa de Especialización en Gerencia de Mercadeo Relacional está dirigido a profesionales de diferentes disciplinas (es decir, multidisciplinariedad del programa posgradual que responde al reto global del diálogo entre saberes) interesados en adquirir conocimientos en el área del mercadeo relacional y que quieran fortalecer las competencias para identificar oportunidades de relacionamiento a través de diferentes herramientas, de forma rentable y duradero entre empresa-cliente, y desarrollar la capacidad para actuar como agente de cambio en un contexto globalizado con responsabilidad social y visión estratégica, cuya laborar esté mediada por las tecnologías.

## Perfil de Egreso

El Especialista es un analista, tomador de decisiones en el campo del mercadeo relacional y de servicios, con dominio de las tendencias del mercadeo, que le permite gerenciar y establecer relaciones estratégicas, duraderas y rentables, entre la empresa y el entorno, desde un enfoque social y ético, para el desarrollo sostenible y sustentable de la organización, en un contexto donde la innovación y la creatividad son pilares de su quehacer mercadológico.

- ▶ Piensa estratégicamente para actuar y desarrollar el mercadeo en organizaciones.
- ▶ Gerencia el mercadeo relacional de organizaciones.
- ▶ Mantiene una visión amplia y diversa sobre los procesos de mercadeo relacional organizacional.
- ▶ Maneja un conocimiento amplio e integral sobre el campo del mercadeo relacional con apoyo de las herramientas tecnológicas.
- ▶ Mantiene una inquietud investigativa y capacidad para construir, liderar y gestionar referentes de acción para el campo del mercadeo relacional de tangibles e intangibles.

## Perfil ocupacional

La Especialización en Gerencia de Mercadeo Relacional, se propone, en cuanto a las competencias a desarrollar por el estudiante, las siguientes:

- ▶ Capacidad para comprender y analizar las fuerzas del entorno del mercado y cómo influyen e impactan en las actividades del mercadeo relacional.
- ▶ Capacidad para liderar una cultura organizacional basada en la orientación hacia el mercado y el relacionamiento con el cliente.
- ▶ Capacidad para la toma de decisiones estratégicas en los procesos de relacionamiento con los clientes generando que generen valor a la organización, actuando con criterios de integridad, emprendimiento, visión global y la responsabilidad social.

Capacidad para diseñar e implementar estrategias de mercadeo que se fundamenten en el uso de las TIC y demás sistemas de información para el relacionamiento con los clientes.

**Semestre 1***Asignatura*

	<b>Créditos</b>
Competencias gerenciales	2
Gestión Estratégica	2
Análisis del Entorno	2
Gerencia Financiera	2
Gerencia de Mercadeo	2
Seminario de Investigación I	1
Electiva - Gerencia de operaciones o mercadeo Experiencial	2
<b>Total créditos</b>	<b>13</b>

**Semestre 2***Asignatura*

Comportamiento del consumidor	2
Sistemas de información para el relacionamiento con el cliente	3
Creatividad e innovación en el mercadeo relacional	2
Estrategias de Mercadeo Relacional	3
Inteligencia de Negocios para el mercadeo relacional	1
Gerencia de Proyectos para el Mercadeo relacional	2
Seminario de investigación II	2
<b>Total créditos</b>	<b>15</b>
<b>Total créditos</b>	<b>28</b>

**Más información**

[interesados@fumc.edu.co](mailto:interesados@fumc.edu.co)

 304 598 2262 - [www.fumc.edu.co](http://www.fumc.edu.co)

**1-**Diligenciar el formulario de inscripción en línea y enviar a la oficina de admisiones, registro y control académico los siguientes documentos en formato PDF:

- a. Fotocopia autenticada del acta de grado del título de pregrado.
- b. Certificado de experiencia laboral (no es indispensable).
- c. Una fotocopia ampliada legible del documento de identidad.
- d. Una foto tamaño 3X4, fondo azul claro.
- e. Imprimir formato para pago de la inscripción por valor de \$202.089, al finalizar la inscripción en línea.
- f. Adjuntar formato de: Autorización para verificación de información académica (Visualizar y descargar aquí).
- g. No se reciben documentos de manera física a menos que durante el proceso de admisión se requieran.
- h. Presentar entrevista virtual.
- i. Consultar listado de admitidos publicado en el portal institucional, oficina de admisiones.

\*La Fundación se reserva el derecho de admisión y de asignar los horarios de estudio

