



MARKETING ESTRATÉGICO PARA EMPRESAS DE SALUD



Rosario
GSB

Graduate School of Business
Universidad del Rosario

Desde el **2017** el **Rosario GSB - Graduate School of Business** se ha consolidado como una escuela orientada a la formación posgradual en el campo de los negocios y las organizaciones en el sector privado y público. Nuestro propósito central es ofrecer programas de formación directiva orientados a la creación, crecimiento e innovación en los negocios para agregar valor a las empresas en el contexto local e internacional.

Trascendemos talento formando magísteres, considerando las siguientes premisas:

- ◆ Liderazgo adaptativo.
- ◆ Inteligencia colaborativa.
- ◆ Pensamiento con sentido por la vida, la familia y la profesión.

Somos la
3^a mejor escuela de negocios en Bogotá,
según el **ranking América Economía.**

¡Identifica oportunidades para implementar un plan de **marketing asertivo!**



Duración:
3 semanas (18 horas)



Presencial

Lunes, martes y miércoles
6:00 p. m. a 9:00 p. m.



Dirigido a:

Empresarios, directores, gerentes generales, directores de marketing, gerentes de producto, directores de comunicación, consultores y ejecutivos de ventas en el sector salud, emprendedores en el sector salud.



Profesora:

• **Lina Echeverri**

Directora del GSB Graduate School of Business de la Universidad del Rosario. Es PhD en Integración y Desarrollo Económico y Territorial de la Universidad de León y MBA del Tecnológico de Monterrey. Es líder referente en el campo del marketing y del branding con más de 25 reconocimientos a nivel nacional e internacional.



Sobre el programa

El marketing en el sector salud se ha convertido en una disciplina fundamental para las organizaciones que buscan diferenciarse y prosperar en un entorno cada vez más competitivo y complejo. A diferencia de otros sectores, el marketing de salud no solo se enfoca en la promoción de servicios y productos, sino que también juega un papel crucial en la educación del paciente, la creación de confianza y la mejora de la experiencia del paciente.

La evolución tecnológica y digital ha transformado la manera en que las organizaciones de salud interactúan con sus pacientes. Las herramientas digitales, como las redes sociales, los motores de búsqueda y las plataformas de automatización de marketing, han permitido a los profesionales de la salud llegar a un público más amplio y segmentado, ofreciendo contenidos relevantes y personalizados. Esto no solo mejora la visibilidad de la organización, sino que también facilita un compromiso más significativo y duradero con los pacientes.

En este programa, exploraremos las complejidades y oportunidades del marketing en el sector salud, proporcionando a los participantes una base sólida y las herramientas necesarias para desarrollar campañas de marketing efectivas y éticas. Desde el análisis de tendencias y la segmentación de audiencias hasta la gestión de la reputación y la implementación de herramientas emergentes, este programa avanzado ofrece una formación integral para profesionales que buscan liderar en este campo dinámico y esencial.

Objetivos específicos

Reconocer la importancia del rol de un Chief Marketing Officer (CMO) en la empresa del sector salud y en el mercado en un entorno global.

Medir y gestionar el rendimiento sobre el marketing como parte importante de la toma de decisiones estratégicas de marketing.

Demostrar apertura en el pensamiento hacia nuevas ideas asociadas al liderazgo en marketing.

Liderar equipos de marketing de alto rendimiento, fomentar la creatividad y la innovación, y gestionar el cambio en entornos dinámicos, asegurando una dirección estratégica efectiva y colaborativa.

Fortalecer la identidad y posicionamiento de marca, diseñar y ejecutar estrategias de comunicación integradas y omnicanal, y gestionar la reputación y las crisis de comunicación en el sector salud.





Metodología

- ♦ **Sesiones Expositivas.** En las sesiones sincrónicas se presenta de manera sintética, secuencial y motivadora los contenidos del curso a través de la exposición oral con apoyo audiovisual.
- ♦ **Aprendizaje Cooperativo.** Es una estrategia en la que un grupo de participantes trabaja en colaboración en una tarea determinada. La tarea puede ser tan simple como resolver un cuestionario o tan compleja como escribir una historia.
- ♦ **Talleres Prácticos.** Es un método que permite a los alumnos convenientemente agrupados, realizar y discutir un trabajo concreto, intervenir en una actividad exterior, o encontrar solución a un problema sometido al examen del grupo, con la finalidad de concluir con unos razonamientos concretos.



Beneficios

- ♦ **Interacción directa y enriquecedora:** La presencialidad permite un intercambio continuo de ideas entre los participantes y el instructor, generando debates, preguntas y aportes en tiempo real. Este contacto directo fomenta un aprendizaje dinámico, donde la retroalimentación inmediata mejora la comprensión de los temas tratados y permite una personalización que muchas veces es difícil de lograr en otros formatos.
- ♦ **Compromiso y enfoque total en el aprendizaje:** Al asistir de manera presencial, los participantes se encuentran en un entorno diseñado para eliminar distracciones externas, logrando un mayor nivel de concentración. Esto asegura que el tiempo invertido sea altamente productivo, maximizando los resultados en un período reducido.
- ♦ **Inmersión total en un ambiente de aprendizaje:** Asistir presencialmente brinda la oportunidad de desconectarse de las rutinas diarias y sumergirse por completo en el contenido del curso. Este enfoque intensivo ayuda a los participantes a asimilar conocimientos en menos tiempo y con mayor profundidad.



Contenido *temático*

Módulo 1

Generación y captación del valor del cliente.

- › Identificación de necesidades y expectativas del paciente.
- › Estrategias de captación de pacientes.
- › Valor percibido en el servicio de salud.

Módulo 2

De paciente a persona.

- › Cliente vs Consumidor.
- › Proceso de decisión de compra.
- › Cohortes generacionales.

Módulo 3

Posicionarse o morir.

- › Estrategias de posicionamiento de marca en el sector salud.
- › Empatía aplicada al branding.
- › Touchpoints de la marca.

Módulo 4

Comunicación con enfoque humano.

- › Comunicación omnicanal centrada en las personas.
- › Estrategias de comunicación.
- › Métricas de vanidad vs accionables.

Módulo 5

Trascender para crecer: la marca personal del directivo de organizaciones de salud.

- › Identidad y propósito personal.
- › Liderazgo y gestión de la reputación en LinkedIn.
- › Métricas y seguimiento de personal branding.

**¿Tienes dudas o requieres
más información?**

Contáctanos



Valentina Rubiano
Ejecutiva comercial



educon6@urosario.edu.co



+57 310 215 4402



Escanea el código
QR para escribirle a
Valentina Rubiano.



Rosario
GSB

LEARNING HUB

A  VANCE
Educación Continua