

Seminario

MARKETING ESTRATÉGICO PARA EMPRESAS DE SALUD





Nuestro compromiso nos **posiciona:**



◆ Top 3

mejor universidad privada
de Colombia.

◆ Top 12

mejores universidades
privadas de
Latinoamérica.



◆ Top 4

mejor universidad privada
de Colombia.



◆ Top 1

mejor universidad en
Colombia en innovación
abierta y relacionamiento
con emprendedores, según
Ranking 100 Open Startups.

Globethics

◆ Top 1

en práctica de ética y
sostenibilidad.



Somos una universidad
sostenible

◆ Top 1

en Colombia.

◆ Top 2

en Latinoamérica.

◆ Top 28

en el mundo.

A nivel de universidad

VERY GOOD



4 estrellas

según QS Stars,
sello de calidad
internacional

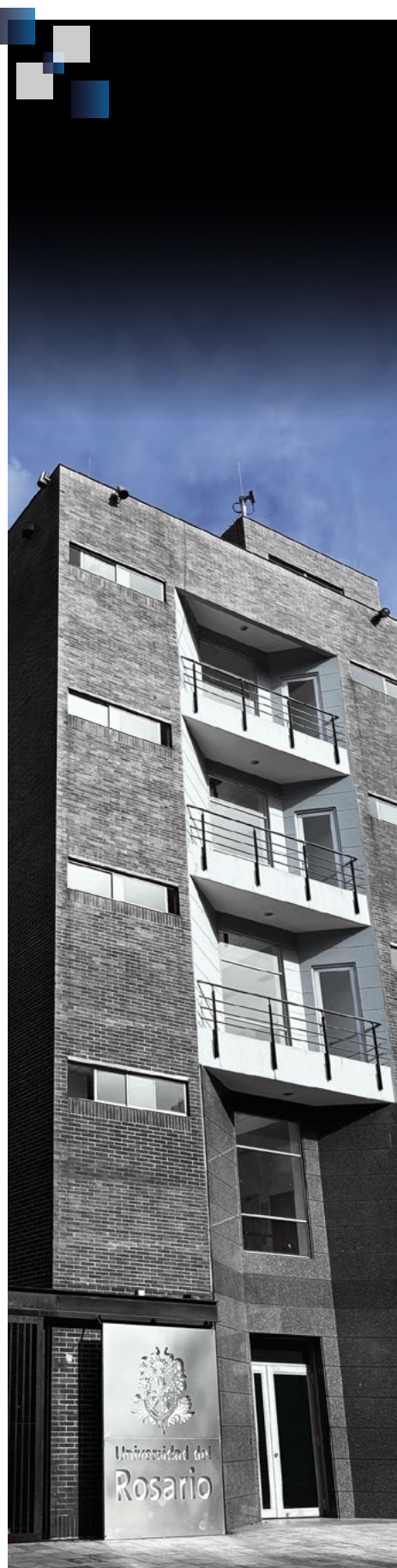
A nivel de componentes



5 estrellas en:

- Docencia.
- Empleabilidad.
- Internacionalización.
- Aprendizaje en línea.
- Inclusión.
- Arte y cultura.





ROSARIO GSB

Desde **2017**, el **Rosario GSB Graduate School of Business** se ha consolidado como un Campus Boutique de educación directiva, diseñado para líderes que buscan transformar los negocios desde una perspectiva humana, innovadora y estratégica.

Nuestro propósito central es desarrollar experiencias de aprendizaje personalizadas y de alto impacto que integren conocimiento, práctica y propósito.

A través del Atelier de Liderazgo Directivo, potenciamos la evolución de los líderes mediante un acompañamiento que combina reflexión, acción y desarrollo de habilidades de poder para enfrentar los desafíos del entorno global y empresarial.

Potenciamos el talento guiados por tres pilares:

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

Nuestro compromiso nos **posiciona:**

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

5^a Mejor escuela de negocios en
Colombia, según el *ranking*
América Economía.





¡Innova, lidera y transforma: estrategias de marketing para el futuro de la salud!



Duración:
4 semanas (18 horas)



Horario ejecutivo
Metodología en acceso remoto



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.



Sobre el programa

El marketing en el sector salud es hoy un pilar estratégico para diferenciarse, generar confianza y mejorar la experiencia del paciente en un entorno altamente competitivo. Más allá de la promoción, permite educar, conectar y construir relaciones duraderas con los pacientes.

Este programa aborda cómo la transformación digital a través de redes sociales, buscadores y herramientas de automatización ha revolucionado la comunicación en salud, permitiendo estrategias más personalizadas, éticas y efectivas.

A lo largo de la formación, los participantes adquirirán una base sólida para diseñar campañas de marketing en salud, dominar la segmentación de audiencias, gestionar la reputación y aplicar tendencias y herramientas emergentes, preparándose para liderar con éxito en un sector en constante evolución.



La salud en cifras

- El **87%** de las organizaciones de salud implementaron estrategias de marketing digital, reflejando un aumento del 13% desde 2020.

Healthcare Marketing Report (2023)

- El **90%** de los pacientes utilizan reseñas en línea para evaluar a los proveedores de salud antes de hacer una cita.

Software Advice (2023)

- El **83%** de las organizaciones de salud consideran el marketing de contenidos como una estrategia clave, con un 62% planeando aumentar su inversión en esta área en los próximos 12 meses.

Content Marketing Institute (2023)



Propósitos de formación:



Motivar a conocer sobre la importancia de la orientación del cliente en las acciones de marketing de las empresas de salud.



Orientar a los participantes en el diseño y ejecución de estrategias de marketing efectivas bajo el enfoque de Human Centric Marketing.



Desarrollar habilidades para formular acciones y utilizar herramientas del marketing de salud para entornos turbulentos.



Fomentar una comprensión profunda de las tendencias emergentes en el marketing del sector salud.



Mejorar la capacidad para analizar y segmentar el mercado de salud, identificando oportunidades de crecimiento.



Exponer los elementos clave de una estrategia de marketing orientada a los clientes y analizar las diferentes orientaciones de la dirección de marketing que guían la estrategia en este campo.



Módulo

Temas

I

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.

II

De paciente
a persona

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

III

Posicionarse
o morir

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

IV

Comunicación con
enfoque humano

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

V

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.

Conferencista



Lina Echeverri

Directora del Rosario GSB

Estratega, speaker y profesora reconocida en América Latina por su capacidad de transformar el marketing y el branding en experiencias humanas que generan impacto real.

PhD en Integración y Desarrollo Económico y Territorial de la Universidad de León y MBA del Tecnológico de Monterrey, cuenta con más de 28 años de trayectoria como líder académica y consultora en marketing estratégico, branding y comunicación.

A lo largo de su carrera ha recibido más de 25 premios nacionales e internacionales, entre ellos el Premio Portafolio a Mejor Profesora Universitaria en Colombia, el Teaching Excellence Award Latin America de ACBSP, el reconocimiento Woman to Watch Colombia, y fue elegida por LinkedIn como una de las 10 voces más influyentes de América Latina (Top Voice LATAM).

ROSARIO GSB

PIONEROS EN ABR

¿Qué es?

El **Aprendizaje Basado en Retos** es un modelo pedagógico práctico creado por **Apple** que consiste en encontrar una solución a un reto de una situación planteada, implementarla, validar su viabilidad y eficiencia con la comunidad y, posteriormente, profundizar en el conocimiento adquirido.

Este modelo pretende:

- › Despertar el interés en el aprendizaje vivencial.
- › Resolver problemas utilizando las nuevas tecnologías.
- › Incentivar el trabajo colaborativo.
- › Desarrollar un conocimiento profundo en un tema específico.





Los principales objetivos del ABR son:

- Desarrollar habilidades complejas de resolución de problemas.
- Fomentar la creatividad en la búsqueda de soluciones.
- Aprendizaje cooperado en equipo.
- Conexión con la realidad del trabajo.
- Adquisición de conocimientos al abordar situaciones complejas.

Estrategias pedagógicas son las siguientes:

Las estrategias pedagógicas que combinan sesiones expositivas, discusiones guiadas, nano y micro retos permiten un aprendizaje integral y dinámico. Las exposiciones facilitan la transmisión de conocimientos clave, mientras que las discusiones guiadas fomentan la participación y el pensamiento crítico. Los nanoretos y microretos, por su parte, ofrecen desafíos breves y concretos que motivan a los participantes a aplicar lo aprendido de forma inmediata, promoviendo la creatividad y la colaboración. Esta combinación favorece la comprensión teórica y el desarrollo de habilidades prácticas en el aula.



A VANCE
Educación Continua

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

Contáctanos



Luisa Fernanda Zubieta
Ejecutiva comercial



luisa.zubieta@urosario.edu.co



+57 311 8392140



Escanea el código
QR para escribirle a
Luisa Zubieta.





ADVANCE
Educación Continua

