



Curso Mercadeo y Ventas

DESCRIPCIÓN:

El mundo actual, se rodea de abundantes fuentes de información que permiten en los diferentes campos de la cultura humana, obtener conocimiento de primera mano de manera actualizada y veraz. Lo que además de permitir una agresiva competencia, obliga a quienes de una u otra manera intervienen en los procesos de comercialización de productos a ser cada vez más agresivos e innovadores

Este curso, pretende que los estudiantes adquieran las herramientas básicas, que les permitan conocer la importancia de un buen manejo de la información necesaria en el desarrollo e implementación de nuevos y ya existentes productos en el mercado.

Objetivo General:

Facilitar a los estudiantes un adecuado fundamento teórico y práctico de los principios que le permiten alcanzar un entendimiento general y adoptar una perspectiva global de los elementos que involucran la labor de mercadeo, en el marco de un ambiente de sana competencia, basada en los valores éticos y morales de la sociedad.

Objetivos Específicos:

- Conocer los principales conceptos del mercadeo con el fin de diseñar estrategias y tácticas para un entorno competitivo
- Entender el concepto de la gestión de ventas y sus modelos, planes y características.
- Desarrollar las diversas herramientas de la mezcla de comunicación integrada de mercadeo para productos y servicios diversos.

Contenidos Temáticos:

- 1.1 Introducción
- 1.2 Breve historia e importancia de la mercadotecnia
- 1.3 Análisis de oportunidades del mercadeo y selección del mercado meta.
- 2.1 Sistemas de información e investigación de mercados
- 2.2 El ambiente de mercadotecnia, micro y macroambiente de la empresa
- 2.3 Comportamiento de compra y mercados del consumidor
- 3.1 Segmentación y selección de mercados
- 3.2 Posicionamiento en el mercado
- 4.1 Diseño de Productos, marcas, empaquetado y servicios
- 4.2 Desarrollo y nuevos productos y ciclo de vida del producto
- 5.1 Objetivos y Políticas en la fijación de precios
- 5.2 Estrategias relativas a la fijación de precios
- 6.1 Canales de distribución y distribución física
- 6.2 Comercio detallista y mayorista
- 7.1 Promoción de productos
- 7.2 Publicidad
- 7.3 Promoción de ventas
- 7.4 Ventas personales y administración de ventas
- 8.1 Mercadotecnia internacional
- 8.2 Proceso de exportación

METODOLOGIA:

La metodología que se emplea en el curso es la participativa, la cual le permite al estudiante la incorporación formación en grupos de trabajo con intereses comunes, para investigar, reconocer a profundidad algunas de las diferentes formas de abordar diferentes aspectos de la mercadotecnia. El ambiente de aula y la relación profesor alumno, son fundamentales para buscar la creatividad, la innovación que permitan al estudiante plantear la mejor alternativa de solución a los retos propuestos, de tal forma; el manejo profesional de cada miembro del grupo será fundamental para el éxito en la solución del problema propuesto.