

TEMARIO

Introducción al Marketing

¿Qué es el marketing?, Conceptos Principales.

Mercado y estrategia

Consumidor, mercado. Prosumidor. Segmentación, diferenciación y posicionamiento. Valor para el cliente.

Investigación de mercado e Inteligencia comercial

Brief y propuesta de investigación. Utilidad de la investigación de mercado y la inteligencia comercial. Fuentes, herramientas & aplicación. Entrevista, Encuesta, Observación. Métricas y análisis.

Construcción y Gestión de marcas

Branding. Identidad. Esencia. Personalidad. Valores. Diferenciación. Propuesta de Valor.

Marketing para productos

Mix comercial para productos. ¿Qué es un producto? Clasificación. Packaging. Estrategias del ciclo de vida de producto, extensión de línea. Fijación de Precios. Estrategia de canal. Comunicación y Venta de producto.

Marketing para servicios

Características de los servicios. Mix comercial de servicios: 7 P'S. Momento de la Verdad. Triángulo de Servicios. Etapas en el Proceso de Compra. RRHH en Servicios.

Comunicaciones integradas de marketing

Comunicación y Venta de producto. ¿Qué decir, cómo y dónde? Mensaje. Medios. Herramientas: Publicidad, Promoción, Marketing directo, RRPP (Gacetilla). Como hacer un Brief Publicitario.

Cronograma de Clases

N°	Tema	Cant. Horas
1	1. Introducción al Marketing	3
2	2. Mercado y Estrategia	3
3	2. Mercado y Estrategia	3
4	3. Investigación de mercado e inteligencia comercial	3
5	3. Investigación de mercado e inteligencia comercial	3
6	3. Investigación de mercado e inteligencia comercial	3
7	4. Gestión de marcas	3
8	4. Gestión de marcas	3
9	5. Marketing para Productos	3
10	5. Marketing para Productos	3
11	6. Marketing para servicios	3
12	6. Marketing para servicios	3
13	7. Comunicaciones integradas de marketing	3
14	7. Comunicaciones integradas de marketing	3
15	Proyecto Integrador Final	3