

TEMARIO

1. GENERALIDADES SOBRE MARKETING Y LA COMERCIALIZACIÓN INDUSTRIAL

Definición del concepto de Marketing, estratégico y operacional. Diferencias entre el Marketing Industrial y el Marketing de Consumo (Mercados, Productos, Canales de distribución, Comunicación Industrial). Macro ambientes y micro ambientes empresariales vinculados a las 5 fuerzas de Porter

2. SEGMENTACIÓN DE MERCADOS INDUSTRIALES

Importancia de la segmentación de mercado, clasificación de industrias, Macro-segmentación, diagrama de Derek Abell, definición de un Producto-Mercado, Investigación de mercado, construcción de un Brief de Marketing. Naturaleza de la demanda, demanda derivada, demanda asociada, mercados de reventa.

3. PLANEAMIENTO ESTRATEGICO DE LA EMPRESA

Definición de la Misión, Visión, Objetivo-Metas de la organización; Matriz genérica de Porter, Análisis FODA y su construcción vectorial, posicionamiento, Desarrollo de Matriz de crecimiento de Igor Ansoff.

4. MODELO DE ABASTECIMIENTO INDUSTRIAL

Proceso de adquisición Industrial, Modelo de compra de Robinson Faris, Modelo de Lehman, Modelo de Webster.

5. PRODUCTO

Definición y clasificación, Producto como elemento satisfactor en los mercados industriales, Ciclo de vida. Estructura NPI (New Product introducción). Análisis de una cartera de productos a partir de la CMg (matriz de porfolio de producto).

6. LA COMUNICACIÓN EN LOS MERCADOS INDUSTRIALES

Desarrollo de los objetivos de la Comunicación. Canales de comunicación. Imagen de la compañía. El vendedor industrial como comunicador a través de la venta consultiva

7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Estructura y su necesidad estratégica. La distribución industrial. Principales características.

8. POLITICA DE PRECIOS

Objetivos de fijación de precios, Método de fijación de precios, Estrategia de fijación de precios, Matriz perceptual precio-calidad, estrategia de segmentación por precio en los mercados industriales.

9. HERRAMIENTAS DE MARKETING INDUSTRIAL

Hopper de oportunidades, matriz de penetración producto-cliente, armado de un

Cronograma de Clases

Cada clase se inicia con un video del tema a abordar luego se explica la teoría sobre el tema aproximadamente esto lleva la $\frac{3}{4}$ parte de la clase culminando la misma con una situación problemática que vincula el tema teórico