



UTN.BA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES

Temario Intensivo de MKT

La presentación de los temas a continuación, están delineados en un formato de curso de 4 meses. El contenido está repartido en 16 clases.

Introducción al Marketing

¿Qué es el marketing?, Aplicación. Conceptos Principales.

Mercado y estrategia

Consumidor, mercado. Segmentación, diferenciación

y posicionamiento. Valor para el cliente. Análisis de Macro y Microentorno.

Investigación de mercado

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

Gestión de marcas

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

Mix comercial para productos y servicios

¿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.

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.

Estrategia integral de campaña de comunicación

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

CRONOGRAMA DE CLASES

CURSO INTENSIVO DE MARKETING		
Nº	Nombre del Módulo	Horas
1	1.Introducción al Marketing	3
2	2. Mercado y estrategia	3
3	2. Mercado y estrategia	3
4	3. Gestión de marcas	3
5	3. Gestión de marcas	3
6	4. Investigación de mercado	3
7	4. Investigación de mercado	3
8	4. Investigación de mercado	3
9	4. Estimación de demanda	3
10	5. Mix comercial para productos y servicios	3
11	5. Mix comercial para productos y servicios	3
12	5. Mix comercial para productos y servicios	3
13	5. Mix comercial para productos y servicios	3
14	6. Estrategia integral de campaña de comunicación	3
15	6. Estrategia integral de campaña de comunicación	3

16	Actividad Integradora Final - Cierre Capacitación	3
	total horas	48