

## Área Comercialización:

### Marketing I

#### OBJETIVOS:

Al finalizar el Taller los participantes podrán: Insertarse en el contexto competitivo actual con una visión global y pragmática de la comercialización.

Incorporar los principales conceptos que hacen a la esencia del marketing.

Visualizar las oportunidades que ofrece el entorno y capitalizarlas a través de la aplicación de los conceptos adquiridos, especialmente enfocados a la pequeña empresa.

#### DIRIGIDO A:

Personas que trabajan o quieren trabajar en las áreas comerciales, pequeños y medianos empresarios que deseen mejorar la gestión comercial, o tener un relacionamiento más productivo con proveedores de servicios comerciales, estudiantes que sientan interés por el tema porque complementa sus conocimientos.

**DURACIÓN:** 21 horas.

#### METODOLOGÍA:

Se trabaja propiciando la participación a través de la utilización de dinámicas, casos, trabajos en equipo, videos, lecturas, etc.

Se abordan los temas a partir de los trabajos planteados para llegar a la conceptualización y finalmente a la aplicación en ejemplos prácticos empresariales.

#### TEMARIO

##### **Concepto y definición del Marketing**

Evolución del concepto.

Comprensión del mercado actual.

Situación actual del mercado y tendencias.

Macroambiente y Microambiente, variables controlables y no controlables.

Desafíos a los que nos enfrentamos.

Necesidades, deseos, oferta y demanda. Tipos de demanda.

##### **La orientación al cliente, clave de la competitividad**

Centrarse en el cliente.

Diferenciarse o morir.

Agrupar los clientes parecidos.

¿Qué quiere que su cliente piense? Estrategia de Posicionamiento.

Planificación Análisis FODA.

##### **Información de Marketing / Investigación de mercado**

Fuentes de información.

Investigación de mercado.

Investigación Cualitativa.

Investigación Cuantitativa.

**Producto**

Producto dentro del Mix de Marketing.  
Que es un producto / servicio.  
Dimensiones del producto.  
Elementos que componen la oferta de valor.  
Tipos de producto.  
Ciclo de vida.  
Matrices.  
Proceso de diseño de nuevos productos.

**Precio**

El precio dentro de las variables de Marketing.  
Como se fijan los precios.  
Punto de equilibrio.  
Valor percibido.  
Promociones.  
Diferentes estrategias para los descuentos.

**Distribución**

Canales de Distribución.  
Funciones.  
Diferentes tipos de distribución.  
Agentes y Comerciantes.  
Funciones que cumple.  
Decisiones sobre los canales de distribución.

**Publicidad**

Funciones.  
Estrategia de medios y estrategia creativa.  
Campaña publicitaria.  
Medios de Publicidad.  
Relaciones Públicas.

**Merchandising**

Definición.  
Técnicas más empleadas.  
Puntos calientes y fríos en la exposición.

**Marketing directo**

Conceptos que maneja.  
Bases de datos.  
La oferta.  
Los medios.  
Evaluación económica.

**La planificación de Marketing**

Plan de Marketing.

[Ver todos los cursos](#)