

MARKETING

Marketing

Objetivos

Al finalizar el curso, los participantes estarán en condiciones de aplicar las técnicas estratégicas de Marketing en su área de desempeño, con el propósito de optimizar la gestión de ventas de la empresa.

Contenidos

Módulo 1: LA MERCADOTECNIA MODERNA Y SU AMBIENTE.

- El campo de la mercadotecnia.
- Planeación estratégica de la mercadotecnia.
- Sistemas de información de la mercadotecnia e investigación de mercado.
- Tipos de mercado metas.
- Segmentación de mercado.

Módulo 2: EL PRODUCTO Y EL PRECIO

- Planeación y desarrollo del producto.
- Estrategias de los productos.
- Características de los productos.
- Determinación del precio.
- Estrategias y políticas de precios.

Módulo 3: LA DISTRIBUCIÓN Y LA PROMOCIÓN.

- Tipos de comercios.
- Al menudeo.
- Al mayoreo.
- Canales de distribución.
- Administración de la distribución física.
- El programa Promocional.

- Administración de los Medios Publicitarios.

Módulo 4: CÓMO SER VISTO POR LOS CLIENTES

- Estrategias de marketing y comunicación
- ¿Por qué mi producto?



Todos nuestros cursos son moldeables y adaptables a las necesidades del cliente.