
LA SUISSE
ESCUELA DE MANAGEMENT
PROGRAMA EJECUTIVO OPERATIVO

Desarrollando las habilidades del Buen Vendedor -
Planificación, Organización Gestión y Evaluación-

Objetivos:

Es un curso de rápido aprendizaje y práctico para aquellas personas que necesitan conocer el ABC del Marketing, ya sea por cuestiones laborales o emprendimientos personales.

Dirigido a:

- Futuros empresarios
- Público en general
- Alumnos en curso y egresados.

Metodología:

Se han de desarrollar clases explicativas-participativas con teoría e historias de caso y experiencias pragmáticas

Contenidos:

1 . Conceptos básicos del Marketing

- Conceptos esenciales para el Marketing. Necesidad, Deseo y Demanda.
- El Marketing como filosofía de la empresa o como Actividad.
- El Negocio desde el punto de vista del consumidor y del cliente.
- Variables controlables y no controlables
- Micro y Macro entorno
- Sistema Integral de Marketing
- Unidad Perceptual del Consumidor

2 . El Mercado y sus límites

- Definición y Alcance.
- Límites: Físicos; Según las características de los consumidores; Según el uso del producto; Según el número de competidores; Según la relación de intercambio; Según la intensidad de la Oferta y la demanda.

3 . El Producto y el Servicio. Estrategias

Producto. Concepto y Clasificación. Dimensiones, enfoques.

- Diferenciación de productos.
- Ciclo de Vida del Producto
- Servicios: Características, Alcances, Limitaciones,
- La prestación; El Factor Humano. Elementos del Servicio. La Tangibilización, Cómo evaluar un Servicio

4 . Segmentación de Mercado, Target y Posicionamiento

- La Segmentación: Tipos y Criterios. Utilidad de la Segmentación desde la óptica del Marketing. Estrategias de Segmentación.
- El Target: Variables geográficas, demográficas, socioeconómicas y psicográficas.
- Comportamiento del Consumidor. Decisión de Compra. El Posicionamiento Tradicional del Producto y/o del Servicio

5 . Estrategia de Marca

- Marca y Producto
- Características esenciales de la Marca. Tipos de Marca
- El arte en la Construcción de una Marca.
- Componentes de una Marca. Vocero, Personaje. Beneficios de valor de la Marca.
- Brand Equity : La Marca como un Activo o como un Pasivo
- Principios del Brand Equity .
- Core Value de la Marca

6 . Precio y Distribución

- Concepto de Precios
- Métodos de Fijación de Precios. Política de Precios
- Fijación de precios: Táctica y Estrategia
- Concepto y funciones de la Distribución
- Tipos de Distribución. Canales. Intermediarios

7 . Estrategia de Comunicación

- Conceptos esenciales de comunicación
- Factores claves de la Publicidad
- Publicidad Estratégica.
- Conceptos de Promoción. Tipos de Promociones.

8 . La Planificación Comercial

Análisis de
Situación. Objetivos.

Inicio:

Este Programa Ejecutivo en breve estará nuevamente disponible, por lo que te pedimos que nos dejes tu datos de contacto en nuestros formularios y te estaremos informando vía mail acerca del próximo inicio.

Si te sumás al ME GUSTA de nuestra FAN Page en Facebook, podrás enterarte de todas nuestras actividades, cursos, talleres, etc., y acceder al 15% de descuento para todos nuestros PROGRAMAS EJECUTIVOS.

<http://www.facebook.com/lasuissecepec.edu>