
Curso:
Mercadeo y Gestión

Objetivo:	Desarrollar competencias para aplicar herramientas y metodologías actualizadas de gestión con el propósito tanto de implantar planes y acciones de mercadeo, como de evaluar los resultados obtenidos a través de un Panel de Control de Gestión.
Dirigido a:	Directivos, Gerentes, Supervisores, Ejecutivos, Empresarios, Líderes de Proyectos y de Equipos, Profesionales y otras personas que desarrollen actividades en el área de mercadeo y ventas en organizaciones y empresas que comercialicen productos y/o servicios.
Contenido:	<p>EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. Etapas del Proceso de Compra. Cómo Se Toman las Decisiones de Compra. Factores que Influyen en la Decisión de Compra.</p> <p>MERCADEO ESTRATEGICO. Proceso de Gestión Estratégica Empresarial. Gestión Estratégica de Mercadeo. Opciones para la Estrategia Competitiva. Implantación de las Estrategias</p> <p>MODELOS DE NEGOCIOS. ¿Qué Es un Modelo de Negocio?. Sus Roles en la Gestión Empresarial. Componentes del Modelo de Negocio.</p> <p>EL MERCADEO DEL SIGLO XXI. La Nueva Economía. Definiciones Básicas. Funciones del Mercadeo en la Empresa.</p> <p>COMPONENTES ESENCIALES DEL MERCADEO. La Propuesta de Valor y el Posicionamiento. Segmentación y Mercado Objetivo. Canales de Mercadeo.</p> <p>LA MEZCLA DE MERCADEO. Los Cuatro Niveles de la Competencia Estrategias de Producto y de Precio. Estrategias de Promoción y Distribución.</p> <p>MERCADEO DE SERVICIOS. Productos y Servicios. Mercadeo a Través de la Calidad de Servicio. El Retorno de la Inversión del Cliente.</p> <p>CONTROL DE GESTION DEL MERCADEO. Indicadores para la Gestión del Mercadeo. Indicadores para la Gestión de Venta. Elaboración de un Panel de Control de Gestión.</p>
Duración:	16 Horas
