

EDUCACIÓN BIZ

Marketing

Programa de Estudio

Marketing

Ingresa al apasionante mundo del Marketing. Aprende a identificar y satisfacer las necesidades de tus clientes. Comprende diferentes estrategias de fidelización, segmentación y posicionamiento. Aprende las últimas tendencias del provenientes del Neuromarketing

Contenido del curso

El curso brinda una visión global de la Gestión de Marketing. Durante la cursada se presentarán los temas principales del áreas. ¿Cómo detectar lo que mis clientes desean? ¿Cómo fidelizarlos? ¿Cómo definir cuál es la estrategia de Marketing apropiada para mis productos/servicios? ¿Cómo identificar a mi target group? ¿Cuál es el posicionamiento correcto? ¿Cómo gestionar de manera eficaz y coherente las estrategias de Precio ? Producto ? Publicidad y Distribución? ¿Cómo realizar una segmentación de mercado? ¿En qué consiste la satisfacción en los últimos tiempos? Estos y otros interrogantes se plantean como base para discutir con casos reales las mejores prácticas de mercado de grandes empresas y PyME.

Público

Dirigido a estudiantes, profesionales, independientes, empleados, emprendedores y dueños de PyMEs, así como cualquier otro interesado que desee adentrarse en la Gestión de Marketing.

Modalidad de cursado

Puedes tomar este curso en modalidad presencial o modalidad online

En este curso aprenderás a

- Comprender el proceso de compra y comportamiento de clientes.
- Diseñar una **Estrategia de Marketing** utilizando matrices y análisis profesionales
- Comprender las estrategias para trabajar el **Posicionamiento de tu Marca**
- Realizar una **Segmentación de Mercado** de acuerdo a tus clientes y productos
- Evaluar diferentes estrategias dependiendo del **Ciclo de Vida del Producto**
- Conocer las últimas tendencias como el **Neuromarketing** y **Marketing 3.0**

Plan de Estudios



1. Introduccion

Funciones de Marketing

Principios de comportamiento del consumidor

Se detectan o se crean las necesidades?

El proceso de compra

Economía de la Experiencia

Empresas orientadas al cliente

Fidelización de clientes

Ventajas de los clientes promotores

Identificación con la marca

De las 4Ps al Marketing Relacional

2. El entorno del marketing

Análisis Situacional

Las 5 Fuerzas de Porter.

Análisis FODA de la empresa

Estrategia Competitiva. Ventaja diferencial.

3. Comportamiento del Consumidor

Psicología del consumidor

Teorías

Necesidades según Maslow

Deseos y Motivaciones

Momento de decisión

Estructura Motivacional de nuestro cliente

4. Investigación de mercado

Investigación de mercado.

Tipos de relevamientos. Indicaciones de uso de los diferentes métodos.

Generación de encuesta según objetivos

La entrevista en profundidad y FocusGroups

5. Segmentación de Mercado y Posicionamiento de Marca

Segmentación. Mercados difusos, mercados concentrados y mercados agrupados.

Estrategias de segmentación.

Posicionamiento.

Estrategias de posicionamiento según análisis competitivo

Estrategias de posicionamiento según etapa del ciclo de vida del producto/servicio

Mapa Perceptual y Umbral de satisfacción

El concepto de Valor

6. Mix de marketing de las 4Ps

El marketing mix

Preparación de un plan y programa de marketing integrado

Proceso de Customization

Marketing de servicios.

Modelo de Servicios. Estrategias para los servicios.

Producto real, Producto aumentado, Producto esperado.

Matriz BCG.

7. Últimas tendencias en Publicidad, Producto, Precio y Distribución.

Ciclo de vida del Producto

Estrategias de Pricing

Promoción y Publicidad.

PNT (Publicidad No Tradicional- Advertainment)

Creación de Marcas fuertes- Caso

Canales de Distribución

El Punto de venta. Psicología ambientalista.

Experience Marketing + Neuromarketing.

El Plan de Marketing

Caso de estudio

EDUCACIÓN BIZ

Centro de Capacitación y Desarrollo Profesional

Lavalle 648 Piso 8, Microcentro, CABA

0810-220-8148

contacto@educacionbiz.com.ar

EducaciónBIZ. Copyright 2005-2020