

Fundamentos de Mercadeo

Programa

Nombre: Fundamentos de Mercadeo

Duración: 5 semanas

Objetivo:

- Analizar los principios, conceptos y criterios básicos para comprender la función de mercadotecnia, y su aplicación práctica en un entorno de economía de mercado.

Objetivos específicos:

Unidad I: Principios básicos de mercadeo.

- Conocer los principales elementos que componen el proceso de mercadeo y que afectan interna y externamente a una organización.

Unidad II: Formas de atacar un mercado.

- Evaluar las diferentes opciones que tiene una organización para segmentar y dirigirse a sus consumidores o mercados meta.

Unidad III: Investigación de mercados.

- Analizar cómo las organizaciones preparan, recogen y analizan información obtenida del mercado.

Unidad IV: Comportamiento del consumidor.

- Entender cómo los consumidores toman decisiones de compra y cuáles son los factores que ejercen influencia en dicho proceso.

Unidad V: El producto.

- Analizar la forma como las empresas diseñan ofertas de productos para satisfacer las necesidades de sus consumidores meta.

Unidad VI: Distribución.

- Entender como las organizaciones colocan sus productos en el lugar y el momento que lo necesitan sus consumidores y clientes.

Unidad VII: Precio.

- Comprender la importancia del factor precio en la mezcla de mercadeo y entender las principales estrategias de precio combinadas con promoción de ventas.

Unidad VIII: Promoción.

- Analizar las diversas formas que tiene una organización para comunicarse efectivamente con sus públicos meta.

Contexto didáctico/ Modalidad: se desarrollará en modalidad a distancia apoyada en las TIC'S, durante cinco semanas a distancia - virtual.