Capacitación Laboral en Marketing

Programa:

Conceptos esenciales de Marketing.
Definiciones de Marketing.
Necesidades, deseos y demanda.
Intercambio, Transacciones y relaciones.
Valor, costo y satisfacción del cliente.
Marketing Estratégico y Marketing Operativo.
El Marketing Mix.
Orientación de las empresas hacia los mercados.
Macro y Micro ambiente comercial.

Técnicas de Investigación de Mercados
Importancia de la investigación de mercados.
Ventajas y Limitaciones.
La investigación cualitativa y la investigación cuantitativa.
Tres tipos generales de investigación de mercados.
Proceso de investigación de mercados.
El cuestionario.
Técnicas de muestreo.

Segmentación y Selección de los mercados meta
Importancia de la segmentación de mercados.
Principales ventajas.
Identificación de los segmentos de mercados.
Proceso de segmentación de mercados.
Variables de segmentación de mercados.
Segmentación diferenciada, no diferenciada y concentrada.
Comportamiento de compra del consumidor.

Factores que influyen en la compra.
El proceso de decisión de compra.
Análisis de la Conducta de Compra del Cliente
Principales factores que influyen en la conducta de compra del consumidor: Factores culturales, Factores sociales, Factores personales, Factores Psicológicos.
El proceso de decisión de compra: Papeles de compra.
Comportamiento de Compra.
Etapas del proceso de decisión de compra: Reconocimiento del problema.
Búsqueda de información.
Evaluación de alternativas.
Decisión de compras.
Conducta posterior a la compra.

Política de productos

¿Qué es un producto?
Cinco niveles de producto.
Clasificación de los productos.
Estrategias de línea de productos.
El ciclo de vida de los productos.
Análisis y estrategias.
Desarrollo y lanzamiento de nuevos productos.
Marketing para empresas de servicios
Producto vs. Servicios.
Las cuatro características de los servicios.
Estrategias de marketing para empresas de servicios.
Servicios de calidad y diferenciación competitiva.
Administración de la participación del cliente en el servicio.

Estrategias de Publicidad

El proceso de comunicación publicitaria.
Pasos para el desarrollo de Comunicaciones Eficaces.
Cómo crear el mensaje publicitario.
Promoción de ventas.
Estrategia de Precios
Cómo juega el precio.
Cuadro conceptual para la fijación de precios.
Análisis del valor percibido para la fijación de precios.