

TÉCNICAS DE MARKETING (MV011)			
MODALIDAD	Teleformación	Hs. DURACIÓN	30
UNIDADES	TEMAS		
<b>Condicionantes del marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qué es el marketing</li> <li>• El consumidor</li> <li>• La demanda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El comprador</li> <li>• El mercado - Segmentación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing-mix</li> <li>• Cuestionario: Condicionantes del Marketing</li> </ul>
<b>Estudio de mercados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Universo y muestra</li> <li>• Selección del medio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realización y conteo</li> <li>• Interpretación de la información</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parámetros estadísticos</li> <li>• Cuestionario: Estudio de mercados</li> </ul>
<b>El mercado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepto de producto</li> <li>• Cualidades de los productos</li> <li>• Importancia del conocimiento del producto</li> <li>• Clasificación de los productos</li> <li>• Ciclo de vida del producto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reposicionamiento del producto</li> <li>• Obsolescencia planificada</li> <li>• Estacionalidad</li> <li>• Productos diferenciados y de competencia perfecta</li> <li>• Producto puro y producto añadido</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia directa y producto sustitutivo</li> <li>• La importancia de la marca</li> <li>• Gama y línea de producto</li> <li>• Cuestionario: El mercado</li> </ul>
<b>Política de productos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Línea y artículo</li> <li>• Estrategias de marca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategias de empaquetamiento</li> <li>• Posicionamiento estratégico en el mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Políticas de marketing</li> <li>• Cuestionario: Política de productos</li> </ul>
<b>Política de precios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fijación de precios</li> <li>• Política de precios y CVP</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tácticas de introducción de precios</li> <li>• Descuentos bonificaciones y rappels</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuestionario: Política de precios</li> </ul>
<b>Política de distribución</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que es la distribución</li> <li>• Venta directa</li> <li>• Venta con intermediarios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canales de distribución</li> <li>• Tipos de distribución</li> <li>• Selección del canal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribución física de mercancías</li> <li>• Cuestionario: Política de distribución</li> </ul>
<b>La comunicación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Naturaleza y definición</li> <li>• Tipos de comunicación</li> <li>• Elementos del proceso de la comunicación</li> <li>• El proceso de comunicación</li> <li>• Problemas de la comunicación</li> <li>• Personalidades de los actores de la comunicación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interacción de caracteres</li> <li>• Comportamientos</li> <li>• Las comunicaciones</li> <li>• La comunicación en la venta</li> <li>• La comunicación oral</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Características de la comunicación oral</li> <li>• Normas para la comunicación oral efectiva</li> <li>• Reglas para hablar bien en público</li> <li>• La comunicación no verbal o lenguaje del cuerpo</li> <li>• Cuestionario: La comunicación</li> </ul>

<b>Política de comunicación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elementos estratégicos de la política de comunicación</li> <li>• Seguimiento de la comunicación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presupuesto de comunicación</li> <li>• Composición de la mezcla de comunicación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuestionario: Política de comunicación</li> </ul>
<b>Publicidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad</li> <li>• Establecimiento de metas y objetivos</li> <li>• Decisiones respecto al presupuesto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decisiones respecto al mensaje</li> <li>• Decisiones respecto al medio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluación y planificación de la campaña</li> <li>• Cuestionario: Publicidad</li> </ul>
<b>El perfil del vendedor</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción</li> <li>• Personalidad del vendedor</li> <li>• Clases de vendedores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los conocimientos del vendedor</li> <li>• Motivación y destreza</li> <li>• Análisis del perfil del vendedor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El papel del vendedor</li> <li>• Cuestionario: El perfil del vendedor</li> </ul>
<b>La venta como proceso</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción</li> <li>• El proceso de compra-venta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El consumidor como sujeto de la venta</li> <li>• El comportamiento del consumidor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivaciones de compra-venta</li> <li>• Cuestionario: La venta como proceso</li> </ul>
<b>Tipología de la venta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipología según la pasividad - actividad</li> <li>• Tipología según la presión</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipología según la implicación del producto</li> <li>• Tipología según el público y forma de venta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuestionario: Tipología de la venta</li> </ul>
<b>Técnicas de ventas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción</li> <li>• Fases de la venta</li> <li>• Contacto y presentación</li> <li>• Sondeo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Argumentación</li> <li>• La entrevista</li> <li>• Material de apoyo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El cierre de la venta</li> <li>• El seguimiento</li> <li>• Cuestionario: Técnicas de venta</li> </ul>
<b>Estrategia de ventas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Previsión de ventas</li> <li>• Método de encuesta de intención de compra</li> <li>• Presentación del presupuesto de ventas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización y estructura de ventas</li> <li>• Personal de ventas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuestionario: Estrategia de ventas</li> <li>• Cuestionario: Cuestionario final</li> </ul>