



Mercadeo: Conceptualización, Metodología y Aplicabilidad

Toda organización vanguardista es conocedora de que su permanencia en el mercado obedece a la implementación efectiva de las estrategias de mercadeo, las cuales nacen a partir de la identificación de las necesidades y deseos de los consumidores y son traducidas en productos tangibles o intangibles, ajustados a los requerimientos de los clientes y a las propuestas de valor agregado.

Con actividades mercantiles cada vez más globalizadas y competitivas, el mercadeo se convierte en un factor trascendental para el desarrollo empresarial.

Una contundente mezcla que comprenda las características del entorno, la segmentación, el comportamiento del consumidor y las tendencias del mercado podrá atraer, mantener y fidelizar clientes actuales y potenciales, razón por la cual se requerirá de talento humano competente en estas áreas. Este programa está diseñado para aquellas personas que, sin formación previa en mercadeo, deseen apropiarse conceptos y herramientas que permitan aportar al desarrollo Empresarial de la región y el país.

El SENA ofrecerá el programa MERCADEO: CONCEPTUALIZACIÓN, METODOLOGIA Y APLICABILIDAD, con elementos de formación profesional, social, cultural y tecnológica. Centrada desde el hacer, incorporando los elementos cognitivos y actitudinales para desarrollar en el aprendizaje competencias técnicas, cognoscitivas y comportamentales que lo acreditan y lo hacen pertinente y coherente con su misión, innovando permanentemente de acuerdo con los cambios tecnológicos, tendencias, necesidades del sector empresarial y de los mismos trabajadores. Impactando positivamente en la productividad, la competitividad, la equidad y el desarrollo del país.

Contenido

- Conceptos básicos del mercadeo.
- Macroentorno y microentorno
- Matriz DOFA
- Comportamiento del Consumidor, tipos de consumidores, teorías del comportamiento del consumidor, factores que influyen en el comportamiento.
- Proceso de decisión de compra, comportamiento post compra
- Segmentación de mercados, concepto, características, beneficios y tipos.
- Posicionamiento, metodología y tipos.
- Mezcla de mercadeo, componentes y características.



Habilidades que Desarrolla

- Diagnosticar la organización.
- Identificar las variables del macro y microentorno.
- Elaborar el análisis DOFA de la organización.
- Plantear acciones de mercadeo.
- Analizar el comportamiento del consumidor.
- Caracterizar a los clientes y consumidores mediante identificación de actitudes, comportamientos e intereses.
- Aplicar criterios de segmentación
- Diseñar estrategias de mercadeo efectivas
- Implementar las estrategias diseñadas involucrando la mezcla de mercadeo
- Evaluar el comportamiento de los clientes y consumidores.

Requisitos de Ingreso

Se requiere que el aprendiz tenga buenos hábitos de lectura, acceso a Internet y tecnología como computador. Además dominio de los elementos básicos relacionados con el manejo de herramientas informáticas y de comunicación: correo electrónico, software para ofimática, navegadores.

Inscríbese aquí! 