



Plan de Mercadeo

Debido a los permanentes cambios que se generan en las organizaciones como consecuencia de la globalización y la integración de las tecnologías de la información, se hace necesario contar con una herramienta como el plan de mercadeo que permite analizar, medir y proyectar dichos cambios. De esta manera, se pueden obtener detalles específicos del objeto de estudio, con una trazabilidad a todos los componentes esenciales que deben incluirse dentro de la estructura básica en cualquier organización desde sus inicios y que deben replantearse a lo largo de la existencia, con el fin de ser sostenible y rentable en el tiempo.

En el contenido del programa de formación de plan de mercadeo se abordan todos los componentes que se deben estudiar al interior de las organizaciones, que contribuyan a su crecimiento a través del desarrollo de estrategias de mercadeo de éxito, buscar oportunidades para vender productos y servicios y llegar de un modo más eficaz a los clientes actuales y potenciales.

De esta manera, el SENA está contribuyendo con la formación de los profesionales que están a cargo de los planes de mercadeo dentro de las organizaciones. Así se brinda la posibilidad de crecimiento laboral para todos los colombianos, al ofrecer un programa que está a la vanguardia de las necesidades del mercado.

Contenido

- Contextualización y concepto de empresa, proceso administrativo.
- Direccionamiento empresarial
- Función del diagnóstico empresarial, matriz DOFA
- Introducción al mercado, definición de marketing.
- Formulación estratégica para el plan de mercadeo, posicionamiento, de crecimiento, de diversificación.
- Mezcla de mercadeo.
- Plan de marketing, estructura, estrategias.
- Seguimiento y control del plan de mercadeo, formales e informales, cronograma, presupuesto, indicadores de gestión.

Habilidades que Desarrolla

- Identificar el direccionamiento estratégico, fases y elementos del plan de mercadeo.
- Analizar la misión y visión de la empresa.



- Presentar el diagnóstico interno y externo.
- Identificar y diferenciar amenazas y oportunidades de la organización.
- Determinar las fortalezas y debilidades de la organización.
- Formular la estrategia de acuerdo a la situación de la empresa.
- Definir los objetivos del plan de mercadeo de acuerdo al diagnóstico.
- Elaborar el plan de mercadeo.
- Definir las estrategias y tácticas para el plan de mercadeo.
- Desarrollar mecanismos de verificación de desempeño del plan ejecutado.
- Elaborar el presupuesto definiendo los recursos necesarios para la implementación.
- Proponer y documentar indicadores de gestión acordes al plan de mercadeo.

Requisitos de Ingreso

Se requiere que el aprendiz tenga 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! 