



## TALLERES DE MARKETING Y TÉCNICA DE VENTA

### MARKETING ESTRATÉGICO

- Introducción.
- Definición de marketing.
- Necesidad, deseo y demanda.
- El marketing en la empresa.
- Análisis de factores externos.
- Segmentación del mercado.
- Comportamiento del consumidor.

### INVESTIGACION DE MERCADOS

- Introducción.
- Investigación de marketing.
- El problema de la investigación.
- Investigación de marketing como fuente de información primaria.
- Investigación cualitativa.
- Investigación cuantitativa.

### MARKETING MIX: PRODUCTO Y PRECIO

- Introducción.
- El producto como variable de marketing.
- Atributos del producto.
- La marca.
- Cartera de productos.
- Ciclo de vida del producto.
- El precio como variable de marketing.
- Política de precios.
- Métodos de fijación de precios.
- Estrategias de precios.

### MARKETING MIX: COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

- La comunicación del marketing.
- El mix de comunicación.
- El proceso de la comunicación de marketing.
- Planificación de la comunicación de marketing.
- Sistemas de distribución.
- Relaciones entre miembros del canal.
- El comercio mayorista.
- El comercio minorista.
- El surtido.

## **PLAN DE MARKETING**

- Introducción.
- El plan de marketing.
- Análisis externo.
- Análisis del entorno específico o microentorno.
- Análisis interno.
- Diagnósis de la situación.
- Objetivos y estrategias de marketing.
- Acciones: planificación y control.

## **ORGANIZACIÓN DEPARTAMENTO COMERCIAL**

- El departamento comercial.
- El departamento de ventas
- División territorial.
- Herramientas del departamento comercial.
- La fuerza de ventas.

## **PREVISIONES DE VENTAS**

- Rentabilidad del departamento comercial.
- Previsión de ventas.
- Control de la actividad comercial.

## **PRESUPUESTO COMERCIAL**

- Planificación comercial.
- Previsiones y presupuestos.
- Presupuesto comercial.

## **GESTION DE CLIENTES**

- Gestión de clientes.
- Del marketing de masas al marketing relacional.
- El valor de un cliente.
- La fidelización.