

GESTOR EN MARKETING

Objetivos

El curso de gestor en Marketing forma egresados con los conocimientos técnicos y habilidades requeridas para desempeñarse dentro de las áreas comerciales de empresas y organizaciones o como consultores independientes.

Basándose en los conceptos y técnicas de marketing y ventas en las organizaciones industriales, comerciales y de servicios, el programa está diseñado de manera que, con adecuado dominio de las bases teóricas, los estudiantes estén en condiciones de manejarse con solvencia en la organización y gestión de los departamentos del área comercial de la empresa, así como consultores independientes.

A su vez, el marketing de servicios y el marketing digital, dada la importancia que han adquirido, serán profundizados en clases teórico prácticas, haciendo hincapié en las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías de la información y especialmente las redes sociales.

Complementariamente, en el módulo de marketing de servicios se abordará el marketing turístico, con análisis de casos prácticos extraídos de la realidad del mercado turístico uruguayo y exterior.

Para finalizar el curso, se realizará un taller donde se trabajará en lo referente a presentación personal y oratoria.

Metodología

Los objetivos antes mencionados se desarrollan a lo largo de clases teórico - prácticas. Se medirá el avance de cada alumno mediante pruebas teóricas (parciales) y prácticas, en la modalidad de trabajos en equipo obligatorios.

Plan de estudios

Módulo 1.- *Marketing*

1.1 Elementos básicos del marketing empresarial.

- Fundamentos: Qué es el marketing; administración y conceptos.
- Definiciones básicas: necesidades, deseos, demanda, productos, intercambio, transacciones, mercados.
- Administración del marketing.

1.2 Elementos básicos del marketing empresarial.

- Organización del esfuerzo de planificación de marketing en la empresa.

- Planificación estratégica y planeación del marketing.
- Los ambientes del marketing, los mercados. Mercado de consumo. Mercado organizacional
- Análisis de oportunidades de mercado: medición y pronóstico de la demanda.
- Selección de mercados meta: criterios y estrategias de segmentación.
- Posicionamiento.

1.3 El consumidor.

- Conducta del consumidor, factores influyentes.
- Proceso de compra, etapas en la decisión, los nuevos productos.
- Investigación de mercados y sistemas de información.

1.4 El mix de marketing.

- Producto: clasificación, peculiaridades, marca, empaque, servicios incorporados, concepto de línea, desarrollo de nuevos productos, ciclo de vida.
- Precio: factores internos y externos. Fijación. Ajuste.
- Distribución: rol del intercambio, niveles, organización y diseño del canal. Comercio mayorista y minorista.
- Promoción: publicidad, promoción, marketing directo y telemarketing

1.6 Estrategias de marketing.

- Posición competitiva y estrategia de líder en costo, diferenciación y enfoque.
- Estrategia del líder, retador, seguidor y nicho.

Duración total del módulo: 36 hrs.

Módulo 2.- Marketing de servicios y turístico.

2.1 Conceptos básicos de marketing de servicios.

- La esencia del marketing de servicios.
- Diferencia entre marketing de productos y servicios
- Elementos tangibles y componentes de la comunicación en el sistema de mercado del servicio

2.2 El producto turístico - hotelero

- Comprensión de los productos/servicios turístico - hoteleros y sus componentes
- Factores determinantes de la demanda y oferta turística

- Planificación y tipos de productos/servicios.
- Factores claves, modelos de competitividad
- Cómo agregar valor a los productos fundamentalmente con servicios suplementarios.

2.3 Identidad – Producto Cultural

- Rutas Turísticas
- Turismo de Alimentos. (Rutas Alimentarias casos)

Duración total del módulo: 24 hrs.

Módulo 3.- *Marketing Digital.*

- Conceptos de Marketing Digital, introducción a las redes sociales y cómo se relacionan con el marketing.
- Planificación, segmentación e implementación de campañas digitales.
- Elección de herramientas para implementación de campañas digitales.
- Presupuestos en campañas digitales.
- Seguimiento y medición en campañas digitales.

Duración total del módulo: 24 hrs.

Módulo 4.- *Taller de presentación personal y oratoria.*

4.1 Imagen.

- Formación y Transmisión.
- Imagen Interna y Externa.

•

4.2 Oratoria.

- Presentaciones orales.
- Consideraciones a tener en cuenta dentro de la capacitación técnica en oratoria
- Influencias del contenido, tono de voz y lenguaje corporal en la oratoria.
- Aspectos a tomar en cuenta para mejorar la capacidad de comunicación.
- Obstáculos en la oratoria (miedo, timidez) y sugerencias para mejorarlos.
- Claves para comunicar.

Duración total del módulo: 12 hrs.