



Prospección de Mercadotecnia.

1. Objetivo:

Que los participantes conozcan las herramientas modernas para el diseño e implementación de una estrategia de mercadotecnia efectiva.

2. A quien va dirigido:

Todos los niveles de personal involucrado con las funciones de mercadotecnia de la empresa: Publicidad, Promoción, Mercadotecnia, Relaciones Públicas.

3. Temario:

- ▶ Un caso de fracaso.
- ▶ No son 4 sino 5 P's en la mercadotecnia.
- ▶ Desilusión principal.
- ▶ El valor agregado.
- ▶ La promesa característica.
- ▶ A prueba de personas.
- ▶ Desarrollo de la creatividad.
- ▶ El impacto visual.
- ▶ Marketing BTL (Guerrilla Marketing, Redes sociales y otras herramientas).
- ▶ La radio hablada: Caso de estudio.

4. Material:

Apuntes de apoyo, ejercicios y presentaciones en power point.

5. Metodología:

Presentación del Tema.
Ejemplos de aplicación de los conceptos.
Ejercicios acerca del tema.
Evaluación constante tanto personal como de grupo.

6. Duración:

El curso puede tener una duración de hasta doce horas con la dosificación que convenga a quien contrata.

7. Acreditación.

Evaluación escrita:
Se tomará en cuenta asistencia y participación.

