GLOBAL MANAGEMENT DE VENEZUELA, C.A.
RIF: J-31379332-9

GMV-FT-0924

Programa Formativo

ACCIÓN DE FORMACIÓN:

CURSO MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA

DURACIÓN:

16.00 horas [8.00 hora(s) teórica(s) y 8.00 hora(s) práctica(s)]

OBJETIVO GENERAL:

PROPÓSITO:

DIRIGIDO A:

UNIDADES PROGRAMÁTICAS

UNIDAD 1: Fundamentos

OBJETIVO	CONTENIDO	DURACIÓN
	"1,1) La Mercadotecnia como filosofía y la Mercadotecnia como actividad. 1,2) La satisfacción de las necesidades. 1,3) Distintos enfoques de la gestión de la Mercadotecnia: Mercadotecnia Relacional, Mercadotecnia Directo, Mercadotecnia en Internet. 1,4) Principales conceptos de Mercadotecnia. 1,5) Orientaciones de las empresas hacia el mercado. 1,6) La secuencia dela Mercadotecnia estratégica. 1,7) Planificación estratégica corporativa. 1,9)La Mercadotecnia con	2.00 horas teóricas y 2.00 horas prácticas (4.00 horas totales)

UNIDAD 2: Diferenciación competitiva y estrategias de ciclo de vida del producto

OBJETIVO	CONTENIDO	DURACIÓN
Comprender los principios de la diferenciación.	"2,1) La diferenciación. 2,2) El ciclo de la vida. 2,3) Creación y evolución del mercado."	2.00 horas teóricas y 2.00 horas prácticas (4.00 horas totales)

UNIDAD 3: Posicionamiento

OBJETIVO	CONTENIDO	DURACIÓN
Comprender los precios del posicionamiento.		1.00 horas teóricas y 2.00 horas prácticas (3.00 horas totales)

UNIDAD 4: El sistema de información comercial y la planificación estratégica

OBJETIVO	CONTENIDO	DURACIÓN
Identificar las mejores prácticas para la investigación comercial.		2.00 horas teóricas y 2.00 horas prácticas (4.00 horas totales)

Programa Formativo (cont.)

UNIDAD 5: Mercadotecnia internacional

OBJETIVO	CONTENIDO	DURACIÓN
Identificar las características de la Mercadotecnia internacional		1.00 horas teóricas y 0.00 horas prácticas (1.00 horas totales)