



CURSO

Mercadotecnia:

un succulento platillo para restaurantes

Reseña del programa	Proporciona una visión de la realidad del sector restaurantero ante el mundo globalizado, así como las áreas de oportunidad, herramientas y estrategias probadas de éxito que se representan dentro de este sector.
Expositor	Lic. Gustavo Cordero Rodríguez
Currículo del Expositor	Presidente del Colegio Mexicano de la Mercadotecnia A.C. Socio-Consultor en Arosjegu Consulting Group, empresa líder en asesoría y consultoría para empresas de servicios especialmente hoteles y restaurantes. Catedrático de la UIA y de la UVM a nivel diplomados en materias de Mercadotecnia e Investigación de Mercados. Licenciado en Administración de Empresas con Maestría en Dirección Empresarial y Mercadotecnia, Diplomado en Mercadotecnia y Estrategia publicitaria (TTC San Diego, California).
Perfil de ingreso	Restauranteros o gente relacionada con el giro de restaurantes que desee incrementar las ventas de su negocio o bien crear estrategias exitosas de mercadotecnia para ganar participación de mercado y generar mayor volumen de ventas.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar estrategias de mercadotecnia aplicables a la realidad del mercado mexicano. • Encontrar áreas de oportunidad para el crecimiento de su negocio a través de la innovación y el desarrollo creativo de nuevas estrategias de mercadotecnia. • Desarrollar un plan de promoción y publicidad enfocado y congruente a su mercado objetivo y zona geográfica de influencia. • Mejorar su relación y conocimiento de sus clientes a través de la investigación de mercado y estrategias de administración de la relación con los clientes (C.R.M.).
Contenido temático	<ul style="list-style-type: none"> • Globalización de los mercados. • El mercado mexicano: realidades para el sector restaurantero. • Tendencias, perfiles y hábitos de consumo de los comensales en México. • Casos de éxito de restaurantes en México y de mexicanos. • Mercadotecnia para restaurantes-Estrategias de Promoción: generando más clientes. • Estrategias de Publicidad: generando conocimiento del lugar. • Plan práctico de mercadotecnia y promoción del restaurante.
Informes	<p>Julio A. Martínez Castillo</p> <p>Tel.: 59.50.40.00 Ext. 7249</p> <p>julio.martinez@ibero.mx</p>
Coordinador del área	<p>Mtro. Héctor de la O Godínez</p> <p>Tel.: 59.50.40.00 Ext. 7601</p> <p>hector.delao@ibero.mx</p>

La Universidad Iberoamericana se reserva el derecho de posponer o cancelar los programas. Todos los alumnos de la Dirección de Educación Continua quedan regidos por los reglamentos generales de la Universidad Iberoamericana, así como de los reglamentos particulares internos.