Marketing

Profesor: Eduardo Tomas Rodriguez

FUNDAMENTACIÓN

* “Marketing”: te da -> mayor visibilidad posible para sus futuros negocios y alcanzar los mejores resultados
* pasos estratégicos y operativos necesarios para el desarrollo de su propia empresa o aquellas que dirija
* desarrollar cambios, exigiendo responsabilidades, motivando a sus subalternos y vendedores, y aumentando la productividad mediante criterios simples e innovadores
* implementar las herramientas necesarias para poder impulsar su negocio y/o proyecto
* brindar un servicio de calidad a sus clientes y ocupar los nuevos puestos de trabajos en el mundo de los negocios.
* conocer y dominar las tareas de un propietario y un gerente o conductor de una empresa; será capaz de desarrollar objetivos, dominar distintas estrategias, pautas publicitarias, posicionamiento y muchos requisitos más del mundo de los negocios

OBJETIVOS

* Mediante la práctica, ha adquirido sólidas nociones sobre al gerenciamiento del área de Marketing y/o la dirección profesional de una empresa.
* Conoce y es capaz de poner en práctica las herramientas del Marketing.
* Ha obtenido una fuerte base de conocimientos que le permitirán una amplia salida laboral.
* Ha podido incorporar técnicas y metodologías que le permitan comunicar sus productos y/o servicios en las redes sociales.
* Ha logrado comprender los fundamentos del marketing y el espíritu de los negocios.
* Se ha aproximado a la gestión de las distintas áreas que comprende una empresa.

CONTENIDOS

1. El Marketing y su historia

1.1. Conceptos generales

2. Esquema básico del plan de marketing

2.1. Fase 1. Análisis y Diagnóstico de la situación

2.1.1. 1er Etapa: análisis de la situación externa

2.1.2. 2da. Etapa: análisis de la situación interna

2.1.3. 3er Etapa: diagnóstico de la situación (FODA y Planeamiento)

3. Fase 2. Decisiones estratégicas de Marketing

3.1. Objetivos

3.2. Construcción de la identidad corporativa

3.2.1. Misión

3.2.2. Visión

3.2.3. Estrategias Genéricas

3.2.4. Valores

3.3. Elección de las estrategias de marketing

3.3.1.Marketing estratégico vs Marketing Operativo

3.3.2.Ventaja competitiva

3.3.3.Pensamiento estratégico

3.4. Elaboración de las estrategias de marketing

3.4.1. Las Cinco Fuerzas Competitivas de Michael Porter

3.4.2. Matriz de Igor Ansoff

3.4.3.Estrategias por integración

3.4.4. Estrategias Competitivas de Philip Kotler

3.4.5. Cadena de Valor de Michael Porter

4. Segmentación y Posicionamiento

4.1. Segmentación

4.1.1.Conceptos generales

4.1.2.Criterios de segmentación

4.2. Posicionamiento

4.2.1.Conceptos generales

4.2.2. Posicionamiento y propuesta de valor

4.2.3. Lienzo de Canvas

4.2.4. Perfil del cliente

4.2.5. Mapa de valor

4.2.6. Branding

5. Marketing Mix y Planes de Acción

5.1. Marketing Mix

5.1.1. Conceptos generales

5.1.2. Producto

LIC. EN ADMIN. DE NEGOCIOS / CIENCIA DE DATOS - MARKETING 5

5.1.3.Servicio

5.1.4.Precios

5.1.5.Plaza / Canales de distribución

5.1.6.Promoción

5.2. Planes de Acción

5.2.1.Ventajas de los planes de acción

5.2.2.Responsables

5.2.3.Proyecto y principales acciones

BIBLIOGRAFÍA Y MATERIALES DE REFERENCIA

* Arroyo, A. (2016). 5 pasos para hacer un plan de acción con éxito. <https://www.youtube.com/watch?v=-JlBcqUr--A>
* Baloriza Digital (s.f.) Marketing mix: Objetivos, variables y estrategias. <https://baloriza.com/marketing-mix/>
* Borrajo, B. (2020). Las 5 fuerzas de Porter - Cómo analizar un sector y saber si es rentable. [Video] <https://youtu.be/RqaKTvhjdvE>
* BrandStrat SAS. (2017). Philip Kotler - 8 formas de abrirte camino hacia el crecimiento. [Video] <https://youtu.be/kSiBv5d0Y-c>
* Clavijo, C. (2022). Modelo Canvas: ¿qué es, para qué sirve y cómo se utiliza? <https://blog.hubspot.es/sales/modelo-canvas>
* Corrales, A. (2015). Guía del posicionamiento de marca: cómo consolidar la fuerza de tu empresa en el mercado consumidor <https://rockcontent.com/es/blog/posicionamiento-de-marca/>
* Equipo Deusto Formación. (2014). La mejor mezcla para un buen marketing mix <https://www.deustoformacion.com/blog/programacion-diseno-web/mejor-mezcla-para-buen-marketing-mix>
* Escuela Europea de Negocios. (2013) Estrategia de Marketing Philip Kotler. [Video] <https://youtu.be/ZGx-4tut-ko>
* Escuela Europea de Negocios. (2013) Estrategia y Competitividad Michael Porter. [Video] <https://youtu.be/h8Cg2sKN5i4>
* Fundación Itaú (s.f.) Contá tu historia: guía para transmitir la misión, visión y valores de tu negocio. <https://www.7xfundacionitau.org/nota.php?idn=65&cat=1>
* GAE Perú. (2019). Modelo de Valor Compartido Michael Porter Subtitulos en Español. [Video] <https://youtu.be/gyDvtRDNAEg>
* Grupo Educare. (2016). Switch de ideas, ¿Qué es una propuesta de valor? [Video] <https://youtu.be/NItf1By4_Wo>
* Herrero, A. (2018) Las estrategias genéricas de Michael Porter y el plan de marketing. Titular.com <https://www.titular.com/blog/las-estrategias-genericas-de-michael-porter-plan-de-marketing>
* Isaza, J. J. (). Razones por las que el marketing tradicional sigue siendo importante (incluso aunque muchos crean que ha muerto). Editorial Bien pensado. <https://bienpensado.com/razones-por-las-cuales-el-marketing-tradicional-sigue-siendo-importante/>
* Jiménez Vida, L. (s.f.) Diseña tu Plan de Acción paso a paso y alcanza tus objetivos. <https://www.luciajimenezvida.es/plan-de-accion/>
* Lifeder Education (2022). ¿Qué es la segmentación de mercado, cuándo se realiza y para qué sirve? (Con ejemplos) [Video] <https://youtu.be/6Ub05ZqC-do>
* Mañez, R. (s.f.) Estrategias y Tipos de Segmentación de Mercado. <https://rubenmanez.com/segmentacion-de-mercado/>
* Marketin.TV (2015). Pasos para hacer Branding de una marca, con Andy Stalman. [Video] <https://youtu.be/QMRGi7Ex_e4>
* MGlobal (s.f.) Plan de Marketing 5: Planes de Acción de Marketing. <https://mglobalmarketing.es/blog/plan-de-marketing-5-planes-de-accion-de-marketing/>
* Pursell, S. (2021). ¿Cuáles son las funciones del departamento de marketing? HubSpot. <https://blog.hubspot.es/marketing/funciones-departamento-marketing>
* Ríos Pita, M. (2022). ¿Qué es la Matriz de Ansoff? Con ejemplos. [Video] <https://youtu.be/6Ub05ZqC-do>
* Ríos Pita, M. (2020). ¿Qué es la segmentación de mercados? Tutorial PARTE 1. [Video] <https://youtu.be/Lrl6-_-GNe4>
* Ríos Pita, M. (2020). ¿Qué es la segmentación de mercados? Tutorial PARTE 2. [Video] <https://youtu.be/rFNUpitiJ4k>
* Ronda, L. (2020). Las 4 P'S del - Marketing Mix - Producto, Precio, Distribución, Promoción. [Video] <https://youtu.be/vCZO4ApbexM>
* Ronda, L. (2020). Posicionamiento de marca: definición y ejemplos. [Video] <https://youtu.be/53336jqJBrY>
* Silva, L. (2022). Propuesta de valor: qué es, ejemplos y plantilla. <https://blog.hubspot.es/marketing/crear-propuesta-de-valor>
* Trabajar desde Casa. (2017). Modelo Canvas | Cómo aplicar el modelo Canvas en el lienzo | Ejemplo práctico. [Video] <https://youtu.be/i1Le5GYkBT8>
* Villaseñor, M. (2019). La importancia de la mercadotecnia tradicional e impresos en tu empresa. Geformas. <https://www.geformas.com.mx/importancia-marketing-tradicional#Marketing>
* Wikipedia (s.f.) Matriz Análisis FODA <https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_FODA>
* Zalazar, B. (2021). Marketing tradicional, ventajas y desventajas. MediaSource. <https://www.mediasource.mx/blog/marketing-tradicional>