

MES	MODULOS	CONTENIDO
M E S 1	MARKETING I	<ul style="list-style-type: none">▪ Conceptos básicos de marketing▪ Necesidades, deseos y demandas▪ Productos: Valor, costos y satisfacción▪ Intercambios, transacciones y relaciones▪ Mercados▪ La gestión del marketing.▪ Concepto y herramientas del marketing▪ Tipos de Demanda▪ Enfoques de producción, de producto, de ventas.▪ Definición del mercado▪ Orientación al consumidor▪ Necesidades Genéricas y derivadas▪ Análisis tipológico de las necesidades▪ El comportamiento del consumidor▪ El enfoque macroeconómico▪ Enfoque sociológico y conductista
M E S 2	MARKETING II	<ul style="list-style-type: none">▪ Concepto de "Producto". Clasificaciones del Producto.▪ La clasificación básica de los Servicios.▪ La visión del Producto por el consumidor.▪ Los factores que influyen a la hora de la compra.▪ Las dimensiones del Producto.▪ Las ventajas competitivas y la "cadena de valor".▪ Decisiones de "Marca". La decisión de Multimarca.▪ Decisión sobre envases y embalaje.▪ Las funciones del packaging▪ El ciclo de vida del producto.▪ El análisis estratégico de la cartera de productos.▪ El Plan de Producto.

MES	MODULOS	CONTENIDO
M E S 3	INTRODUCCION A LA COMERCIALIZACION	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Que es la "Comercialización". ▪ La Micro y Macro comercialización. ▪ Las funciones universales de la "Comercialización". ▪ Las funciones de intercambio. ▪ El desarrollo de "Mezclas Comerciales" ▪ El Concepto de Producto: La relación del Producto, la Empresa y el Consumidor. ▪ El "Producto Total" ▪ Comportamiento de compra y concepto de producto servicio ▪ La "Logística de Comercialización". Los "Canales de Distribución". ▪ La Gestión de Stocks ▪ Los cambios en el mercado. ▪ La "Comercialización" y el comercio "Minorista". ▪ Distintas generaciones del retail. El retail y la creación de experiencias ▪ ¿Qué es "Publicidad"? La Publicidad y sus enfoques.
M E S 4	ESCENARIOS FUTUROS DE NEGOCIOS	<ul style="list-style-type: none"> • La consigna de fin de siglo. • La transición en la Argentina • Nuevos negocios, nuevos conceptos. • La globalización emblocada: El "Nuevo Escenario" del Mercosur. • ¿Por qué reconvertirse y reestructurarse?: Los factores externos • Las tendencias o lo que es lo mismo: "Escuche las señales del mercado". • Análisis de necesidades y tendencias en el macroambiente. • Los nuevos escenarios y tendencias en la "Comercialización" • De las cuatro "P" a las cuatro "C". • Integración de la comunicación de marketing • Aprender a vivir en un mundo de tiempo real. • La reestructuración de la cadena de valor. • Paradigmas de la nueva economía. • El comercio dinámico. El negocio de ahorrar tiempo. • Un nuevo tipo de cliente: el "e-customer". • Las nuevas oportunidades de negocios. • El B2C (Business to Consumer). Los puntos fuertes y débiles