

A woman with blonde hair, seen from the back, is wearing a black dress. She is holding a smartphone in her right hand and pointing with her left index finger at a large, tilted digital display. The background is a light-colored wall with some architectural lines.

Desarrollo Profesional GT

Cursos Libres

Fundamentos de Mercadotecnia

Programa

Semana 1:

1. Definición ¿qué es la mercadotecnia?
2. Conceptos básicos de mercadotecnia:
 - Necesidades (pirámide Maslow 2.0)
 - Acercamiento a la Psicología del consumidor (deseos y hábitos de consumo)
 - Product + Consumer = "Prosumer"
 - Intercambio (oferta racional, demanda emocional)
 - Tipos de comprador, generalidades sobre los buyer personas
3. Concepto de Mercadotecnia social
 - Modelos de negocios de las redes sociales
 - Función de las redes en las ventas
 - Dependencia de las redes para satisfacer objetivos de marketing
4. Planeación estratégica y papel de la mercadotecnia en una organización:
 - Estrategia básica empresarial: visión, misión y valores
 - Objetivos de negocio y posicionamiento estratégico
 - Objetivos de marketing y estrategia de ejecución
 - Cultura de desarrollo, lanzamiento, medición, monitoreo, optimización, reporte, aprendizaje e interacción.

Semana 3:

8. La mercadotecnia transversal
 - a. El Microambiente:
 - El modelo de negocio, la estrategia y el marketing
 - Socios comerciales, ¿quién tiene el poder de negociación?
 - Inbound mkt, outbound mkt
 - Análisis de la competencia
 - Concepto N=1, R
 - b. El Macroambiente
 - Ambiente demográfico
 - Ambiente económico
 - Ambiente natural
 - Ambiente tecnológico
 - Ambiente político
 - Ambiente cultural
 - Ambiente religioso
9. Concepto de Customer Centric
 - Psicología del consumidor
 - Hábitos de consumo
 - Tapie clusters
 - Customer journey (concepto)
 - **Proyecto Grupal 1: Perfilar y desarrollar Buyer Personas**

Semana 2:

5. Proceso de Administración de la Mercadotecnia
 - Los consumidores meta (estrategia de segmentación)
 - Desarrollo de la mezcla de mercadotecnia:
 - a. Propuesta de valor (producto)
 - b. Embudo de conversión (promoción)
 - c. Omnicanalidad (plaza)
 - d. Pipelines (post-venta)
 - e. Pricing (precio)
6. Planificación estratégica en los programas de marketing OGSM Model
 - Estudio de mercado
 - A/B testing
 - Planeamiento, desarrollo, sprints, monitoreo, reporte, análisis, aprendizaje e iteración
 - Estrategias de contenido, estrategia de canales, estrategia creativa
 - Presupuesto
7. Diseño e implementación de KPIS
 - Concepto de KPI (especificidad, medibilidad, frecuencia, relevancia)
 - Importancia de los KPIs en marketing
 - KPIs estratégicos, operativos de rendimiento
 - KPIs digitales principales (CxF, CxAq, CxAl, CxM, CxC)

Semana 4:

10. **Entregable de proyecto grupal 1: Buyer Personas**
 - Revisión de proyectos
 - Discusión en grupo
 - Conclusiones / Aprendizajes

Semana 5:

Concepto de Customer Journey

11. Proceso de Decisión de Compra
 - Reconocimiento del problema
 - Búsqueda de información
 - Evaluación de compra
 - Comportamiento posterior a la compra
12. Desarrollo de marca
 - Arquitecturas de marca
 - Propuesta de valor
 - Brand story
 - Brand Essence
 - Brand tagline (posicionamiento estratégico)

Semana 7:

16. Ciclos de Vida del Producto
 - Etapa de introducción
 - Etapa de crecimiento
 - Etapa de madurez
 - Etapa de declinación
17. Fijación de Precios de bienes o servicios
 - Líder de costos (razones internas)
 - Valor agregado (razones externas)
 - Estrategias de pricing
18. **Entrega de proyecto grupal 2: Campaña creativa**
 - Revisión de proyectos tipo galería
 - Discusión grupal y votación
 - Habría un ganador

Semana 6:

13. Packaging
 - Atributos del producto, condiciones especiales
 - Branding
 - Alcances y limitaciones de producción
 - Consideraciones en el punto de venta
 - Almacenamiento, usabilidad, UX
14. Decisiones sobre la línea de productos
 - Amplitud de la línea de productos (tiers)
 - Beneficios intrínsecos y extrínsecos
 - Apoyo de material al POP
15. Estrategia Creativa
 - Innovación: creatividad o creativismo
 - Brief o racional creativo
 - Generación de ideas (Peloteo, sombreros, método CLE)
 - Desarrollo y verificación de conceptos
 - Análisis comercial
 - Desarrollo de la idea, diseño, concepción gráfica
 - Proceso de aprobación con el cliente
 - Artes finales, adaptaciones, impresión, difusión
 - **Trabajo Grupal 2: campaña creativa + KV (concurso y análisis grupal de cada propuesta: ¿conmueve?)**

Semana 8:

19. Trade Marketing
 - Canales de distribución y puntos de venta
 - Cadena de distribución vs ecosistema de valor
 - UTT (canal moderno) y DTT (canal tradicional)
 - Canal digital, e-commerce
20. Estrategia publicitaria
 - Fijación de objetivos
 - Definición del presupuesto
 - Validación del mensaje, posicionamiento y propuesta de valor
 - Plan de medios
 - Medición (KPI's)
 - Importancia de un CRM

Semana 9:**21. Estrategias de Promoción**

- Objetivos
- Tipos de promoción, masiva, temporal, sostenida, push-money, puntos o millas, programas de lealtad
- MVP's
- Evaluación de resultados

22. Mercadotecnia de Servicios

- Naturaleza y características de un servicio
- Formatos B2B, B2C, C2C, B2G
- Posibles Estrategias de mercadotecnia para cada formato

Semana 10:**Examen Final**

Cronograma

Semana	Tema
1	• Definición ¿qué es la mercadotecnia? • Conceptos básicos de mercadotecnia • Concepto de mercadotecnia social • Planeación estratégica y papel de la mercadotecnia en una organización
2	• Proceso de Administración de la Mercadotecnia • Planificación estratégica en los programas de marketing OGSM Model • Diseño e implementación de KPIS
3	• La mercadotecnia transversal • El Macroambiente • Concepto de Costumer Centric
4	• Entregable de proyecto grupal 1: Buyer Personas
5	• Concepto de Customer Journey • Proceso de Decisión de Compra • Desarrollo de marca
6	• Packaging • Decisiones sobre la línea de productos • Estrategia Creativa
7	• Ciclos de Vida del Producto • Fijación de Precios devienes o servicios • Entrega de proyecto grupal 2: Campaña creativa
8	• Trade Marketing • Estrategia publicitaria
9	• Estrategias de Promoción • Mercadotecnia de Servicios
10	• Examen Final

A woman with blonde hair, wearing a black dress, is looking at a large digital screen in a modern building. The screen displays a large number '1'. The background is a bright, modern interior with large windows and architectural details.

¡Contáctenos!

www.desarrolloprofesional-cr.com

desarrollogt@cr.gt.com

+506 4081-0100