



**IMECAF®**

[www.imecaf.com](http://www.imecaf.com)

# MARKETING

---

ADMINISTRACIÓN



**INVERSIÓN**  
\$2,200.00 + IVA

**DURACIÓN**  
50 HRS.

**MODALIDAD**  
En Línea



# MARKETING

---

## ADMINISTRACIÓN

### OBJETIVO

- Conocer el concepto básico de Marketing así como sus necesidades.
- Aprender a gestionar el Marketing y su entorno.
- Identificar en qué consiste el Marketing Mix.
- Comprender al público como pilar fundamental del Marketing.
- Establecer cómo se comporta el consumidor.
- Identificar como se divide el mercado.
- Conocer el producto como elemento del Marketing Mix.
- Identificar las distintas estrategias para el desarrollo de productos.
- Reconocer las estrategias de fijación de precios y el posicionamiento del producto.
- Identificar los diferentes tipos de distribución.
- Analizar los métodos de ventas más utilizados.
- Conocer la diferencia entre Marketing directo y Marketing digital.
- Aprender como conocer el público al que dirigirse.
- Identificar las promociones de ventas y sus características.
- Saber cómo funcionan las relaciones públicas de las empresas.

### TEMARIO

#### I. Conceptos básicos del marketing

- Introducción
- Marketing y necesidades
- Fundamentos de la gestión orientada al mercado
  - Finalidad de la estrategia comercial
- Tipos de gestión de marketing
- El entorno de marketing
  - El macroentorno
  - El microentorno
- El Marketing Mix



- El marketing y el mercado
  - Características del mercado
  - Cambios del mercado
- El cliente como eje del marketing
  - Marketing relacional
  - Gestión de clientes
  - Cliente y lealtad
  - Fidelización del cliente
- Gestión de la información de marketing
  - Desarrollo de la información de marketing
  - La investigación comercial

## II. El consumidor y la segmentación de mercados

- El comportamiento del consumidor
  - El consumidor y sus necesidades
  - El proceso de decisión de compra
- Segmentando el mercado
  - ¿Qué es la segmentación?
  - Criterios de segmentación de mercados
  - Tipos de segmentación

## III. Productos, servicios y estrategias de fijación de precios

- El producto como elemento del marketing-mix
  - Gama y línea y “mix” de productos
  - Marketing de servicios
- Estrategias de desarrollo de productos
  - Creación de productos
  - Modificación de productos
  - Ciclo de vida del producto
  - Moda y obsolescencia de los productos
- Precio y fijación de precios
  - Factores para fijar los precios
  - Estrategias de precios



- Posicionamiento de producto

#### IV. Los canales de marketing y la cadena de distribución

- Introducción
- Comportamiento y diseño del canal de distribución
  - Organización de la distribución
- Tipos de canales de distribución
- Mayoristas y minoristas
  - Los mayoristas
  - Los minoristas
- Métodos de venta en la distribución comercial
  - Venta personal
  - Venta a distancia
- Venta personal, marketing directo y marketing digital
  - Funciones de la fuerza de ventas
  - El proceso de venta personal
  - Marketing directo
  - Marketing digital

#### V. Estrategia de comunicación integrada, publicidad, promoción y RRPP

- Introducción
- Desarrollo de la comunicación eficaz
  - El mensaje
  - El público objetivo
  - El Canal de comunicación
- Publicidad
  - La estrategia publicitaria
  - Medios tradicionales
  - Medios below the line
  - Presupuesto y control
- Promoción de ventas
  - Objetivos de la promoción de ventas
  - Herramientas de la promoción de ventas

# MARKETING

---



## ADMINISTRACIÓN

- Planificación
- Relaciones Públicas
  - Función de las RRPP
  - Herramientas de las RRPP

# MARKETING

---



## ADMINISTRACIÓN

### POLÍTICAS DE PAGO

- Precios en **Pesos Mexicanos** - Excepto casos que se indique en otra moneda de manera expresa
- **LIQUIDACIÓN TOTAL** - Aplica previa al inicio del evento
- **DESCUENTO POR PRONTO PAGO** - Aplica liquidando el total de la inversión hasta 5 días hábiles previos al evento
- **POLÍTICAS DE PRECIOS Y DESCUENTOS** - Sujetas a términos y condiciones de IMECAF
- **FINANCIAMIENTO** - NO aplica

### MÉTODOS DE PAGO

#### TARJETA DE CRÉDITO / DÉBITO

- VISA y MASTER CARD - No requiere presentación física
- AMERICAN EXPRESS - Si no es por PayPal, requiere presentación física

#### MESES SIN INTERESES

- 3, 6, 9 Y 12 MSI - Tarjetas Banamex
- PayPal (Según las opciones disponibles en la plataforma)

#### TRANSFERENCIA INTERBANCARIA

- BANAMEX - Clabe 002180414600184021

#### DEPÓSITO BANCARIO

- BANAMEX - Cuenta 18402
- Sucursal 4146

#### TRANSFERENCIA O DEPÓSITO REQUIERE REFERENCIA

- Colocar cualquiera de los siguientes datos como referencia:
- Nombre, razón social, RFC o número de factura

#### BENEFICIARIO

- IMECAF México, SC



**IMECAF®**

Arquímedes 130  
Dpcho. 205  
Col. Polanco,  
CDMX 11570

TEL. 55 1085 1515  
800 236 0800  
info@imecaf.com

[www.imecaf.com](http://www.imecaf.com)



# MARKETING

---

## ADMINISTRACIÓN

### POLÍTICAS DE CONFIRMACIÓN Y CANCELACIÓN

#### PENALIZACIONES

**NO APLICA** - Notificando hasta 6 días hábiles previos al evento

- **20%** - Notificando con menos de 6 días hábiles previos al evento - Se podrá elegir otro Curso pagando la diferencia. En caso de reincidencia, aplica penalización del **100%**
- **100%** - NO SHOW (No Asistencia) o notificando con menos de 72 hrs. hábiles previas al evento
- **CANCELACIONES CON TARJETA DE CRÉDITO / DÉBITO** - Se les descontarán las comisiones efectuadas por el banco emisor (incluyendo la opción de meses sin intereses, en su caso)

#### CONFIRMACIÓN OFICIAL

IMECAF notificará **5 días hábiles previos** al evento vía e-mail y/o teléfono del contacto proporcionado por la empresa contratante y ésta deberá confirmar por el mismo medio su asistencia.

Se sugiere realizar la gestión de **viáticos**, en su caso, una vez recibida | IMECAF no se hace responsable por gastos incurridos en este rubro.

IMECAF se reserva la posibilidad de cambios sin previo aviso por causas ajenas a su voluntad - Cursos sujetos a **QUÓRUM MÍNIMO**

© IMECAF México S.C. Todos los derechos reservados

