



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS
UNIVERSIDAD DE COSTA RICA



TEM

Técnico en
Mercadeo y
Ventas



Descripción

Dirigido a gerentes o funcionarios de mercadeo, ventas, publicidad, profesionales relacionados con la materia y público en general. Los módulos abarcan temas de mercadeo y su entorno, segmentación e investigación de mercados, estrategias de precio, producto, canales de distribución, estrategias de comunicación y planeación estratégica de mercadeo.

Objetivo General

Brindar en un corto plazo las bases necesarias en mercadeo y ventas, de manera que las personas que quieran dedicarse a la comercialización de bienes y servicios cuenten con herramientas mejores y más actualizadas, para aprovechar las oportunidades de mercado, mejorar la productividad del país y rentabilidad en las empresas.

Requisitos

Dos fotografías tamaño pasaporte.
Fotocopia de la cédula de identidad, por ambos lados.
Original y copia del título de bachillerato de secundaria.
Completar la boleta de inscripción.
Pago de matrícula y primer módulo.
Pago de póliza estudiantil en el INS 1 semana antes de iniciar lecciones.

Horario de clase: Sábados 7:30 am. a 12:30 pm.

Teléfono: 2511-9199 / 2511-9186 8721-8911

Correo electrónico: oficinistapec.ean@ucr.ac.cr / ventanillapec.ean@ucr.ac.cr

TEM

Técnico en Mercadeo y Ventas

Módulo I: (5 semanas)

Planeación estratégica del mercadeo y su Entorno

Temática:

1. Visión general.
2. Ética y responsabilidad social.
3. Análisis de oportunidades de marketing.
4. Mezcla de marketing
5. Plan estratégico de marketing.

Módulo II: (5 semanas)

Investigación de mercado y estrategias de segmentación

Temática:

1. Segmentación de mercados.
2. Estrategias para seleccionar mercados meta.
3. Posicionamiento.
4. El rol de la investigación de mercados.
5. El impacto del internet en la investigación de mercados.

Módulo III: (5 semanas)

Estrategias de producto

Temática:

1. Conceptos de producto.
2. Creación y desarrollo de marca (branding).
3. Conceptos de empaque.
4. Proceso de desarrollo de nuevos productos.
5. Estrategias y cadena de valor.

Módulo IV: (5 semanas)

Estrategias de servicios y gestión de experiencia al cliente

Temática:

1. Importancia. Características. Calidad.
2. Mezcla de marketing para los servicios.
3. Estrategias de marketing para los servicios.
4. Marketing relacional en los servicios.
5. Marketing en organizaciones sin fines de lucro.

Módulo V: (5 semanas)

Estrategias de precio

Temática:

1. Conceptos de fijación de precios.
2. Sistema de administración de rendimiento en segmentos de mercado.
3. Estrategias de fijación de precio.
4. Tácticas de precio base.

Módulo VI: (5 semanas)

Estrategias de publicidad, comunicación y mercadeo digital

Temática:

1. Planeación de la promoción para la ventaja competitiva.
2. Metas de la promoción.
3. La publicidad.
4. Mercadeo digital.

Módulo VII: (5 semanas)

Estrategias de canales de distribución

Temática:

1. Canales de distribución.
2. Toma de decisiones en los diversos canales.
3. Administración de la cadena de suministro.
4. Ventas al detalle.
5. Estrategias.

Módulo VIII: (5 semanas)

Estrategias de ventas

Temática:

1. Conceptos de administración de Ventas.
2. Promoción de ventas y venta personal.
3. Negociando.
4. Planeación estratégica de mercadeo.

