

COMERCIALIZACIÓN Y MERCADO I

CATEDRA: ING. JORGE WEISZ

1) DEFINICIONES

- Que es la comercialización
- Que es el MKT: variables claves.
- DIFERENCIAS entre el MKT, Ventas y Promoción.
- Que es una Empresa
- Que es una Estrategia Comercial

2) MERCADO

- Oferta, Demanda. Competencia.
- Tamaño del mercado – Mercado Meta.
- Factores controlables y no controlables.
- Clasificación de los consumidores.
- Participación de Mercado.
- Ciclo de Vida de un negocio – Ubicación r /a la competencia.
- Fuerzas y Debilidades – Oportunidades y Amenazas.
- Segmentación: Concepto.
- Criterios de Segmentación.
- Posicionamiento: Concepto.
- Unidad básica de negocio.

3) PRODUCTO

- Definición – Atributos: Funcionales, estéticos, de imagen, etc.
- Tipos de Producto. Bienes de consumo, servicios, insumos industriales , productos para empresas, etc.

- Diseño: materiales, tecnología, fuentes de información, innovación, la moda, las limitaciones productivas.
- Estacionalidad, desestacionalización, productos interceptores, sustitutos.
- Ciclo de vida de un producto – Matriz.
- Portafolio de productos – Matriz de portafolio.
- La relación Área Diseño/Área Producto.
- La relación Área Diseño/Área producción.

4) LANZAMIENTO DE PRODUCTOS

- Nacimiento y Obsolescencia.
- Ciclo de vida de un producto.
- Planeamiento/cronograma.
- Marca: Definición – Importancia – Clasificación.
- Estrategias de marca.
- Empaque: Definición – Funciones.

5) PUBLICIDAD

- El Proceso Creativo.
- La Producción Publicitaria.
- Los Medios: TV, Gráfica, Cine, Vía Pública, etc.
- La función de la Agencia de Publicidad.
- U:P:S: - Recordación publicitaria.
- Investigación Pre y Post.
- Costo/Beneficio.

6) PROMOCION

- Punto de Venta.
- Eventos.
- Figuras como representantes de Imagen.
- Mailing.
- Negocios de Difusión.

7) EL PRECIO DEL PRODUCTO

- Su rol como elemento de Imagen.
- Factores a considerar en la fijación del precio: Internos y externos.
- Elasticidad Precio/Demanda.
- Rentabilidad/Costo.

