

Modalidad **VIRTUAL**



CURSO DE:

Marketing para tu negocio

**Marketing para aprender a pensar y
potenciar una idea.**



+54 9 11 2660 3030 / +54 9 11 5594 9903

Duración: 10 horas.

Días y horarios:

Del 01 al 29 de septiembre de 2025.

Lunes de 19.00 a 21.00 Hs.

Localización: Modalidad Virtual.

Aranceles:

Externos:

Matrícula: \$50.000.-

+ 1 pago de: \$35.000.-

Comunidad UAI:

Matrícula: \$50.000.-

+ 1 pago de: \$28.000.-

Dirigido a:

El presente curso "Marketing para tu negocio" se encuentra abierto y pensado para toda la comunidad. Está destinado a profesionales, técnicos, emprendedores, comerciantes, estudiantes, empleados en relación de dependencia o emprendedores independientes que deseen adquirir conocimientos de Marketing para aprender a pensar y potenciar una idea y su relación con las actividades comerciales y el mundo de los negocios.

Beneficios:

Los participantes podrán descubrir y conocer las definiciones y conceptos claves del marketing, los métodos y herramientas estratégicas, para poder así aprender a pensar y potenciar una idea de negocio.

Objetivos:

Durante los distintos encuentros se pretende adentrarnos a descubrir el Marketing, entender las bases, descubrir las herramientas y elementos de aplicación; desde el análisis del contexto, conocimiento del mercado y la detección de oportunidades, el desarrollo de una propuesta de valor y su implementación a través del Marketing Táctico.

Resultados de aprendizaje:

Al finalizar el curso de marketing “Marketing para tu negocio”, el participante será capaz de comprender los conceptos fundamentales del marketing, analizar el entorno empresarial para detectar oportunidades y amenazas, y diseñar estrategias alineadas con los objetivos organizacionales. También podrá desarrollar un plan de marketing integral, aplicar herramientas que le permita ejecutar una Estrategia efectiva y evaluar su implementación y rendimiento.

Resultados esperados:

Como resultados se espera que cuando el participante finalice el curso pueda:

- Comprender las bases y fundamentos de Marketing.
- Identificar la Segmentación, target y Posicionamiento.
- Pensar y dar los primeros pasos para desarrollar una estrategia Integral de Marketing.
- Gestionar el proceso de generación de valor para el cliente.
- Entender e identificar el comportamiento del consumidor.
- Conocer las distintas herramientas para investigar los mercados.
- Conocer la aplicación del Marketing Táctico de las 4 P.
- Comprender la importancia de la Marca, su desarrollo y gestión de branding.
- Conocer las distintas estrategias de fijación de precios y valor percibido.
- Diseñar y administrar los canales y punto de venta de Marketing.
- Descubrir las herramientas del mix de comunicación.

Contenidos:

Módulo I: Las bases del Marketing y el valor para el cliente.

Comprensión del proceso de marketing y su alcance, Desarrollo de estrategias de negocio y planes de Marketing, Proceso de generación de valor. Plan de marketing. Identificación de los segmentos de mercado y selección de mercados meta. Aplicación del concepto de diferenciación y construcción de posicionamiento.

Módulo II: Sistemas de información de Marketing.

Comprender la importancia de la información para la toma de decisiones; conocer los distintos métodos y herramientas de Investigación de Mercado que nos permiten identificar las oportunidades del mercado.

Módulo III: Comportamiento del consumidor.

Conocer y descubrir las bases teóricas para comprender como los consumidores toman las decisiones de consumo. Entender los factores que influyen en su comportamiento, la psicología, Valores, creencias, necesidades, y las conductas que guían sus acciones de compra.

Módulo IV: Marketing táctico 4 P.

Introducción al Marketing Mix de las 4P; su importancia y aplicación. Atributos y características de Producto y sus elementos: Branding y Packaging. La construcción e importancia de la marca. Estrategias de naming. Isotipos y logotipos. Identidad e imagen de marca.

Módulo V: Comunicación, punto de venta y fijación de precios.

Comunicaciones Integradas de Marketing, objetivo y programas de Comunicación efectiva. Diseño y administración de los canales y punto de venta de Marketing. Diseño de estrategias de fijación de precios. Concepto de Valor. Política de precios según cartera de productos.

Calendario de encuentros:

- Clase 1 – Lunes 1 de septiembre de 19:00 a 21:00 Hs.
- Clase 2 - Lunes 8 de septiembre de 19:00 a 21:00 Hs.
- Clase 3- Lunes 15 de septiembre de 19:00 a 21:00 Hs.
- Clase 4- Lunes 22 de septiembre de 19:00 a 21:00 Hs.
- Clase 5 - Lunes 29 de septiembre de 19:00 a 21:00 Hs.

Director:

Lic. María Cecilia Savoia. Lic. en Administración y Posgrado en Neuromanagement.

Profesional con 10 años de experiencia en Docencia Universitaria, actividad laboral freelancer en Marketing, y Gestión de RRHH desde hace 20 años en relación de dependencia.