



FICHA TÉCNICA

SEMINARIO TALLER RED MOTIVA NODO COLOMBIA

NOMBRE DEL EVENTO: "Marketing para Nuevas Empresas, *errores en el despegue de nuevos negocios*".

Facilitador: Francisco Puig Blanco, Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Valencia España.

FECHA: 11 Y 12 de agosto de 2009

LUGAR: Auditorio Politécnico Jaime Isaza Cadavid

HORARIO: Día 1 8:00 -12:00 y de 14:00 -17:30

Día 2 8:00 -12:00 y de 14:00 -17:30

PÚBLICO OBJETIVO: Emprendedores y Empresarios de las Universidades pertenecientes al Nodo.

NÚMERO DE ASISTENTES: 100 personas.

OBJETIVO DEL EVENTO:

Dotar a los asistentes al Seminario-Taller de la formación básica relativa a la función comercial de la empresa, a través del desarrollo de los principios y técnicas de Marketing. Para ello se observarán y analizarán diferentes situaciones y casos, la mayoría de ellos surgidos al inicio del proyecto emprendedor, de tal forma que la integración de esos conocimientos en el ámbito de la empresa les habilite para un uso más eficaz de los distintos instrumentos gerenciales a su alcance para la toma de decisiones.

CONTENIDO:

1ª parte: Conócete, conoce a tu Cliente y conoce el sector en el que operas.

1.1 El emprendedor: capacidades directivas y actitudes frente al marketing.

1.2 Diagnóstico ambiental.

1.3 Estrategias genéricas para sectores fragmentados y nuevos.

2ª parte: Decisiones de Producto/Servicio.

2.1 Definición de lo que vende/venderá la empresa.

2.2 Decisiones clave en la definición del negocio.

3ª parte: El Precio: Condicionantes, Métodos para su fijación y alternativas.

3.1 Del valor al precio y sus determinantes.

3.2 Métodos de fijación de precios y alternativas.

4ª parte: Estrategias de Distribución, Internet y la Internacionalización de la Empresa.

4.1 Intermediarios y Canales de distribución.

4.2 Formas y estructuras de distribución (local e internacional).

5ª parte: Acciones de Promoción, Comunicación y Protocolo.

5.1 El equipo de ventas y su gestión.

5.2 Diferentes técnicas promoción.

6ª parte: La Planificación y control de Mercadeo.

6.1 Razones para su implementación.

6.2 El proceso de marketing estratégico.

METODOLOGÍA:

La Metodología de Enseñanza-Aprendizaje se basará en el método expositivo para la parte teórica, mientras que para la práctica se utilizarán medios didácticos más participativos como es el método del caso. Las experiencias a analizar estarán especialmente vinculadas con proyecto de emprendimiento y de empresas de nueva creación, de tal forma que la integración de ambos conocimientos (teóricos y prácticos) habilite a los emprendedores para un uso más eficaz de los distintos instrumentos gerenciales y de mercadeo.

PROGRAMACIÓN:

Agosto 11 de 2009

8:00 a.m.	8:40 a.m. Registro.
8:40 a.m.	9:00 a.m. Acto Protocolario de Apertura.
9:00 a.m.	10:00 a.m. Ponencia conócese y conoce a tus clientes.
10:00 a.m.	10:30 a.m. Receso.
10:30 a.m.	12:00 m Decisiones de Producto/Servicio.
14:00 a.m.	15:30 p.m. El Precio: Condicionantes, Métodos para su fijación y alternativas.
15:30 p.m.	16:00 Receso.
16:00 p.m.	17:30 p.m. Taller Presentación de Empresarios y análisis de la estrategia de mercado por el ponente.

Agosto 12 de 2009

8:30 a.m. 10:00 a.m. Estrategias de Distribución, Internet y la Internacionalización de la Empresa.

10:00 a.m. 10:30 a.m. Receso.

10:30 a.m. 12:00 m Acciones de Promoción, Comunicación y Protocolo.

14:00 a.m. 15:30 p.m. La Planificación y control de Mercadeo.

15:30 p.m. 16:00 Receso.

16:00 p.m. 17:30 p.m Taller Presentación de Empresarios y análisis de la estrategia de mercado por el ponente.

Organizan: Universidad de Medellín, Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, Universidad CES, Escuela de Ingeniería de Antioquia, Universidad San Buenaventura, Universidad Nacional de Colombia, Universidad Pontificia Bolivariana, Universidad EAFIT y Universidad de Antioquia.