

### Objetivos

Identificar información relevante sobre mercados nacionales e internacionales para poder dar respuestas a sus demandas de manera oportuna.

Definir y ejecutar estrategias integrales de marketing para lograr ventajas competitivas sostenibles en sus mercados meta.

Definir y ejecutar estrategias para la administración de la fuerza de ventas.

### Frecuencia (días a desarrollarse)

Lunes a Jueves 6:00 p.m. a 9:00 p.m.

### Fecha de Inicio / Duración / Modalidad

15 de enero 2018 / 3 meses / Presencial

### Descuentos

- Pago al contado: **15%**
- Estudiante o egresado USAP (al contado): **25%**
- Corporativo al contado: **20%**
- Estudiante o egresado USAP (pago en cuotas): **20%**

# Inteligencia de Mercados y Administración Estratégica de Ventas

## MÓDULOS

### I. INTELIGENCIA DE MERCADOS E INNOVACIÓN

- Investigación de mercados. Técnicas.
- Estimación del potencial actual y pronóstico del potencial y riesgo futuro del mercado.
- Métodos y herramientas para la selección de mercados internacionales.
- Sistema de Información de Mercados. Equilibrio en Mercados Múltiples.
- Conducta del consumidor. Estructura de la Competencia.
- La Innovación en los patrones internacionales de comercio.

### II. ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE VENTAS

- Nuevo enfoque estratégico de la gerencia de ventas.
- Formulación, implementación, control y evaluación de un Plan de Ventas.
- Pronóstico de potencial de ventas, costos y utilidades.
- Venta Consultiva y Negociación.
- Publicidad para la venta en Internet. Networking.
- Coaching para formar equipos de venta de alto desempeño.
- Fuerza de Ventas. Diseño, remuneración, motivación, seguimiento y medición.
- Venta de servicios internacionales. Promoción comercial y ferias internacionales.

### III. MERCADOTECNIA INTERNACIONAL Y COMPETITIVIDAD

- Decisión de la empresa de entrar a los negocios internacionales.
- Selección de mercados internacionales: Evaluación de riesgos. El plan de marketing internacional.
- Logística internacional. Logística aduanera. Logística inversa y medio ambiente. Hubs o plataformas logísticas.
- La gestión de stocks e inventarios en redes internacionales.