

Inteligencia de Mercados y Administración Estratégica de Ventas

Objetivos

Definir e implementar estrategias integrales de marketing en mercados nacionales e internacionales para dar respuesta a sus demandas, de manera oportuna.

Definir e implementar estrategias para la administración y gestión de la fuerza de ventas.

Horario

Viernes a Sábado

Viernes 6:00 a 10:00 p.m. y Sábado 1:30 a 6:30 p.m.

Fecha de Inicio/ Duración / Modalidad

01 de noviembre 2019 / 3 meses / Presencial

Inversión / Descuentos

- Inversión: **L. 4,800.00** por cada clase
- Pago al contado: **10%**
- Egresado USAP: **15%**
- Corporativo (3 o más participantes): **10%**

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 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.
- Promoción comercial y ferias internacionales.

III. MERCADOTECNIA INTERNACIONAL Y COMPETITIVIDAD

- El plan de marketing internacional. Evaluación de riesgos.
- Logística internacional. Logística aduanera. Logística inversa y medio ambiente. Hubs o plataformas logísticas.
- La gestión de stocks e inventarios en redes internacionales.