

P R O G R A M A

TEMA 1      CONCEPTO DE MERCADEO

- a) Definición del concepto de Mercadeo
- b) La nueva orientación de Mercadeo
- c) La interrelación de los elementos de Mercadeo (Mezcla de Mercadeo)
- d) Definición de Mercados
- e) Funciones de Mercadeo, estrategia y planificación (Capítulos 1, 2)

TEMA 2      ANALISIS CUANTITATIVO DE MERCADEO

- a) Concepto de Costos de Mercadeo
  - b) Punto de equilibrio
  - c) Cálculo de ganancias operacionales
  - d) Proporciones analíticas (Ratios)
  - e) Remarcación (Markup-Markdown)
  - f) Rotación de Inventarios
  - g) Cálculo de Rentabilidad (Tiempo de pago capacidad de ganancia)
- (Apéndice A)

TEMA 3      EL CONSUMIDOR      (Centro del Estudio de la Mercadotecnia)

- a) Comportamiento del Consumidor
  - b) Características del Consumidor
  - c) Teorías del comportamiento general
    - El consumidor con orientación económica
    - El consumidor como conocedor del problema
    - El consumidor como aprendiz
    - El consumidor como conocedor del riesgo
- (Capítulos 3, 4, 5, 6, 8 y 9)

.../...

TEMA 4      EL CONSUMIDOR VENEZOLANO

- a) Factores económicos de las incidencias sobre el consumo
- b) Factores cuantitativos-cualitativos
- c) Comportamiento del consumidor venezolano. Hábitos del consumidor
- d) Otros factores de incidencias sobre el consumo (legales, institucionales, ideosincrásicos)  
(Folleto el Mercado Venezolano)

TEMA 5      EL PRODUCTO

- a) Introducción
- b) Planificación de nuevos productos
- c) Desarrollo de nuevos productos
- d) Envases, empaque y marca
- e) Productos de consumo
- f) Productos industriales

(Capítulo 10)

TEMA 6      CANALES DE DISTRIBUCION

- a) El concepto del sistema
- b) Tipos de canales de distribución
- c) Política de acunamiento y política de desplazamiento (Push and Pull system)
- d) Métodos de operación de los detallistas
- e) Mayoristas
- f) El suministro y la distribución física del producto
- g) Selección de los canales de distribución

(Capítulos 12, 13 y 14)

TEMA 7      PROPAGANDA, PUBLICIDAD Y PROMOCION

- a) Conceptos - Objetivos
- b) Clasificación
- c) Medios de comunicación
- d) El presupuesto
- e) La evaluación

(Capítulo 15)

.../...

TEMA 8      LA POLITICA DE PRECIOS

- a) Determinación del Precio. Métodos
  - 1. Con orientación de coste
  - 2. Con orientación a la demanda
- b) Objetivos y políticas de precio  
(Capítulo 11)

TEMA 9      LA ORGANIZACION DE MERCADEO

- a) Conceptos. Propósitos
  - b) Las organizaciones
  - c) La evaluación - Productividad
  - d) El control y patrones de Mercadeo  
(Capítulos 19 y 20)
- 

BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA

- 1) Comercialización: Mc Carthy, Jerome - Editorial Ateneo
- 2) Dirección de Mercadeo: Kottler, Phillip - Mc. Graw Hill (Editorial)
- 3) La dirección de los Mercados: Howard, J.A. Mc Graw Hill (Editorial)