UNIVERSIDAD CATOLICA ANDRES BELLO
Urb. Montalbán - La Vega - Apartado 29068
Teléfonos: 47.51.10 al 19
Caracas (102) - Venezuela

Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Escuela de Administración y Contaduría

ELECTIVA

PROGRAMA DE POLITICAS DE MERCADEO

Objetivos.

- Ofrecer al estudiante un más amplio enfoque de la gerencia de mercadeo.
- Enfocar el curso hacia el proceso de planificación y desarrollo de mercadeo en programas integrados y estrategias de mercadeo.
- Familiarizar al estudiante con problemas implícitos en planificación de mercadeo para simples y complejas organizaciones.
- Desarrollar habilidades en el uso de enfoques contemporáneos para el planeamiento de mercadeo.
- Desarrollar habilidades para la estimación de mercados futuros y desarrollo de planes estratégicos consistentes con estos mercados.
- Proveer al estudiante con conceptos de planificación que guíen la política y estrategia de entrada en un nuevo mercado.

CONTENIDO

TEMA I INTRODUCCION

- Introducción al curso.
- La naturaleza de la planificación estratégica de mercadeo.

TEMA II OPORTUNIDADES EN EL MERCADO

- Análisis de oportunidades en el mercado.
- Evaluación de posibilidades para la compañía.

TEMA III METODOS DE ANALISIS

- Dinámica de costos.
- Efectos de escala y experiencia.
- Análisis del Portafolio.
- Análisis del atractivo del mercado y posibilidades de la compañía.
- Comparación de los métodos.

TEMA IV DECISIONES ESTRATEGICAS

- Definición de conceptos.
- Relación con decisiones estratégicas.

TEMA V FACTOR HUMANO

- El lado humano de la planificación
- Problemas que surgen para que la planificación se logre.
- Cómo enfrentar los problemas.

TEMA VI PLAN DE MARKETING

- Preparación de un plan de mercadeo estratégico.
- El uso del plan estratégico de mercadeo.
- Planificación a corto y a largo plazo.

BIBLIOGRAFIA

P.F. Akell y J.S. Hammond — Estratégica Planificación de Mercadeo Prentice Hall - 1.979.

Material de Apoyo entregado en clase.