

Clase de marketing

(CURSO ONLINE - Sesión de 3 Horas)

Título: Fundamentos del marketing: del concepto a la estrategia

Objetivos de la clase:

Al final de la sesión, los participantes podrán:

1. Defina el marketing y comprenda su propósito principal.
2. Identificar y segmentar un mercado objetivo utilizando STP (Segmentación, Targeting, Posicionamiento).
3. Aplicar las 4 P del marketing mix a un producto o servicio.
4. Analizar estrategias básicas de marketing de marcas del mundo real.
5. Desarrollar un plan de marketing básico para una empresa.

Esquema de clase

(3 horas en total)

Hora 1: Fundamentos del marketing

(Conferencia + Discusión grupal)

- ¿Qué es el marketing? (Definición, propósito, relevancia en la vida real)
- Conceptos básicos: necesidades, deseos, valor, intercambio.
- Introducción al proceso de marketing
- El modelo STP: segmentación, focalización, posicionamiento

- **Actividad rápida:** Identificar y describir un segmento de mercado para un producto.

Hora 2: La mezcla de marketing – 4 Ps

(Conferencia interactiva + estudio de caso)

- **Producto:** Tipos, branding, packaging, diferenciación.
- **Precio:** Estrategias, fijación de precios basada en el valor, percepción de precios.
- **Lugar:** Canales de distribución, online versus minorista, conveniencia
- **Promoción:** Publicidad, redes sociales, influencers, relaciones públicas.
- **Mini estudio de caso:** Desglose las 4 P de una marca popular (por ejemplo, Apple o Coca-Cola)
- **Actividad:** Los grupos intercambian ideas sobre las 4 P para una idea de producto

Hora 3: Estrategia en acción – Mini proyecto

(Taller + Presentaciones)

- Tarea en grupos pequeños: crear un plan de marketing básico para un producto elegido
 - Definir mercado objetivo
 - Establecer el concepto y el precio del producto.
 - Elige estrategias de distribución y promoción.
- Comentarios + resumen del instructor
- Prueba de Evaluación Final.