

Fundamentos de Comercio y Marketing para la Gestión Empresarial

Economía, Administración & Contaduría | Comercio | para estudiantes universitarios | 8 semanas

Descripción del Curso

Este curso proporciona a los estudiantes universitarios una comprensión integral de los principios básicos del comercio, el marketing y la comunicación comercial en el contexto empresarial. A lo largo de ocho semanas, los participantes explorarán el análisis del entorno empresarial, la segmentación de mercados y la construcción de ofertas comerciales coherentes y éticas. Se enfatiza el desarrollo de habilidades prácticas para diseñar y ejecutar estrategias de marketing, preparar entrevistas de venta efectivas y aplicar técnicas de prospección comercial.

Dirigido a estudiantes de Economía, Administración y Contaduría, el curso combina teoría con metodologías activas que incluyen estudios de caso, análisis de mercado y simulaciones de ventas. Los alumnos aprenderán a identificar fuentes confiables de información, elaborar planes de comunicación adaptados a diferentes públicos y evaluar el desempeño comercial mediante indicadores clave.

Al finalizar, los estudiantes estarán capacitados para construir ofertas comerciales simples, seleccionar mercados objetivos adecuados, diseñar argumentarios de ventas, y comunicar eficazmente propuestas comerciales, contribuyendo así a la toma de decisiones estratégicas en el ámbito empresarial.

Objetivos Generales

- Analizar críticamente el entorno empresarial para identificar oportunidades y amenazas en el mercado.
- Diseñar y segmentar mercados para seleccionar objetivos y posicionamientos comerciales adecuados.
- Elaborar ofertas comerciales integrales que respondan a necesidades del mercado y cumplan con principios éticos.
- Preparar y conducir entrevistas de venta efectivas aplicando técnicas profesionales y argumentarios personalizados.
- Desarrollar y ejecutar planes de comunicación comercial que faciliten la promoción y venta de productos o servicios.

Competencias

- Analizar el entorno empresarial y seleccionar fuentes de información confiables para la toma de decisiones comerciales.
- Realizar estudios de mercado básicos para identificar segmentos y posicionar ofertas comerciales adecuadas.
- Diseñar ofertas comerciales coherentes y éticas que integren producto, precio, distribución y comunicación.
- Preparar y ejecutar entrevistas de venta utilizando argumentarios adaptados y herramientas de apoyo comercial.
- Aplicar técnicas de prospección y evaluar el desempeño comercial mediante indicadores específicos.
- Desarrollar planes de comunicación comercial alineados con objetivos y públicos objetivos.

Requerimientos

- Conocimientos básicos de economía y administración.
- Acceso a recursos digitales para investigación de mercado.
- Habilidades básicas de comunicación oral y escrita.
- Disposición para participar en actividades prácticas y simulaciones.

Unidades del Curso

Unidad 1: Introducción al Comercio y al Entorno Empresarial

Unidad 2: Investigación y Estudio de Mercado

Unidad 3: Segmentación, Targeting y Posicionamiento

Unidad 4: Diseño de la Oferta Comercial

Unidad 5: Preparación de la Entrevista de Venta

Unidad 6: Herramientas y Técnicas de Apoyo a la Venta

Unidad 7: Evaluación del Desempeño Comercial

Unidad 8: Comunicación Comercial y Planificación de Medios