



CAPACITACIÓN:

PMC 610! >>

Cómo armar
un Plan de Marketing
y Comunicación

LA COMPETENCIA DESMEDIDA, LA FALTA DE IDEAS, LA FALTA DE PLANIFICACIÓN, LA VELOCIDAD DE CAMBIO EN LOS MERCADOS, LA NECESIDAD DE ALCANZAR LOS OBJETIVOS DESEADOS... NOS CONDUCE A LA NECESIDAD DE PROFESIONALIZARNOS CADA DÍA MÁS.

Club de Marketing

TE INVITA A UN EVENTO DE CAPACITACIÓN EMPRESARIAL DE JORNADA COMPLETA

DIRIGIDO A

Dueños, Socios, Gerentes, Profesionales Independientes, Jefes de Proyecto, Product Managers, Directores Creativos y personas relacionadas con cualquier actividad que deseen o necesiten contar con un Plan de Marketing y Comunicación Corporativo.

OBJETIVO

Contar con herramientas concretas para la comprensión, el desarrollo, armado e implementación de un Plan de Marketing Corporativo, que maximice los resultados comerciales de la empresa. Además, contar con los pasos y herramientas para desarrollar un Plan de Comunicación, que asegure la construcción estratégica de la Identidad e Imagen de empresa.

¿Por qué asistir a la capacitación?

- Para aumentar las ventas.
- Para desarrollar nuevas estrategias y perspectivas de negocio.
- Para construir una Identidad corporativa sólida y competitiva.
- Para posicionar la imagen deseada de la empresa en el público objetivo.
- Para discernir entre las acciones que generan resultados y las que no.
- Para optimizar procesos.
- Para profesionalizar las acciones de marketing y comunicación de la empresa.
- Para desarrollar estrategias efectivas de *comercialización y comunicación*.
- Para disponer de *herramientas y conocimientos aplicados a la realidad*.
- Para estar actualizado y preparado para lo que viene.

Fecha: 23 de Junio de 2010

Horario: 9 a 13 hs. y de 14 a 18 hs.

Costo: \$ 690 + IVA por persona

Beneficio especial *****

Inscribiéndose antes del día 18-06 20% de descuento. \$ 552 + iva por persona.

DISERTANTES

- Licenciado Ariel S. Rizzo, Director de Club de Marketing
- Diseñador Eduardo Barrera Guzmán, Director de Arcacrea

METODOLOGÍA

Teoría aplicada y ejercicios prácticos

Énfasis en dinámicas grupales, que favorecen la comprensión de contenidos y el networking (generación de contactos)

LUGAR: Sala B de IRAM

Casa Central - Perú 556 - C.A.B.A., Argentina

Incluye: Desayuno y merienda

Se entrega: Material de escritura - Certificado de asistencia -

Material para el seguimiento de la capacitación.



INSTITUTO ARGENTINO
DE NORMALIZACIÓN
Y CERTIFICACIÓN

1) Management & Dirección Comercial

Análisis del entorno comercial de la empresa: contexto 2009/10
El nuevo Rol del Marketing

2) Plan de Marketing

Diferentes tipos de Planes
Importancia de contar con un Plan de Marketing real
Gestionando el Plan de Marketing

¿Cómo realizar un Plan de Marketing actual?

- Análisis de Situación
 - o Escenario
 - o Competencia
 - o La Empresa
- Análisis de Mercado
 - o Sector
 - o Clientes
 - o Consumidores
- Análisis FODA
 - o Objetivos de un plan de marketing
 - o Estrategia del plan
 - o Marketing Estratégico
 - o Marketing Operativo
 - o Plan de acciones
 - o Seguimiento y control
- Presentación de un modelo tipo
- Análisis de cada factor
- Los errores más comunes: claves para superarlos

3) Introducción a la Comunicación

Comunicación Corporativa
La Imagen de Empresa/Marca
Relación entre Marketing, Comunicación y Diseño
Comunicación actual y futura
Importancia de contar con un plan de Comunicación

4) Plan de Comunicación Corporativa

- Análisis de situación comunicacional
- Análisis comunicacional del mercado
- Perfil comunicacional del público objetivo
- Imagen Corporativa
- Objetivos
- Estrategia de Comunicación e Identidad
- Diferenciación
- Selección de Medios
- Desarrollo de piezas de Diseño
- Diseño Gráfico, Industrial, Arquitectura
- Publicidad
- Producción
- Seguimiento y control
- Feedback

Presentación de casos

Tips para mantenerse actualizado

MAIN SPONSORS



INSTITUTO ARGENTINO
DE NORMALIZACIÓN
Y CERTIFICACIÓN



SPONSORS

compumundo
SABORES



ENTREPLANOS

