

El Entorno Del Mercado



Sku: CURUEMCONL0244

Horas: 50

Formato: HTML

OBJETIVOS

- El presente curso on-line pretende proporcionar una información más detallada del entorno en el que se desenvuelven las organizaciones.
- Proporcionar información y así conocer las diferencias entre el macroentorno y el microentorno.
- Conocer en profundidad el sistema de información de mercados.

CONTENIDOS

Tema I: Introducción

Introducción.

Tema II: Sistema de Información de Mercados (SIM)

Definiciones y funciones.

Diseño y estructura del Sistema de Información de Mercados:

- Diseño.
- Estructura del SIM.

Subsistema de datos internos.

Subsistema de inteligencia de marketing.

Subsistema de investigación de marketing:

- Breve aproximación histórica a la investigación de mercados.
- Métodos de investigación.

- La información en la investigación de mercados.
- Etapas en el diseño de la investigación de mercados.

Subsistema de apoyo a las decisiones de marketing:

- Enfoques para el análisis de datos.
- Análisis estadístico de datos.

Resumen.

Autoevaluación.

Tema III: El macroentorno

Introducción.

El ambiente económico:

- Economía.
- Microeconomía:
 - Los productos.
 - El precio.
 - Los agentes económicos.
- Macroeconomía:
 - Principales variables macroeconómicas.
 - Sistema económico.

Estructura económica:

- Sector Primario o extractivo.
- Sector Secundario o de transformación.
- Sector Terciario o Servicios.
- Sector Cuaternario.

El mercado:

- Tipología del intercambio.
- Clasificación definitoria de mercado.
- Mercado potencial.
- Segmentación de mercados.
- Indicadores económicos.

Bloques de integración económica.

- Tipología/fases de los acuerdos de integración económica.
- Organismos e instituciones internacionales.
- Balanza de pagos.

Entorno demográfico.

Entorno sociocultural:

- Variables determinantes del entorno sociocultural:
 - Familia.

- Comunicación y lenguaje.
- Iglesia y religión.
- La marca país.
- Sistema educativo.
- Elementos materiales.
- Valores.
- Movimientos sociales.

Entorno político:

- Poder.
- Status.
- Regímenes políticos.
- Otros actores del entorno político.
- Ideologías políticas.

Entorno legal:

- Derecho.
- Estructura del Poder Judicial.

Entorno tecnológico.

Entorno ambiental.

Resumen.
Autoevaluación.

Tema IV: El microentorno

Introducción.

Los clientes:

- Tipología de la clientela.

El comportamiento de compra:

- Toma de decisiones.
- Proceso de decisión de compra.

La competencia.
Sistemas de distribución.
Proveedores.

Resumen.
Autoevaluación.