



¿porqué chámano amor cando queren dicir mercadotecnia?

claves da comunicación

ELOCUENZIA PRESENTA A MODESTO GÓMEZ EN
“¿POR QUÉ CHAMANO AMOR, CANDO QUEREN DICIR MERCADOTECNIA?”

UNHA IDEA ORIXINAL DO GRUPO ENXEÑO GALICIA

GUIÓN ORIXINAL ELOCUENZIA COMUNICACIÓN SELECCIÓN AUDIOVISUAL ELOCUENZIA COMUNICACIÓN

PRODUCIDA POR ELOCUENZIA COMUNICACIÓN PRESENTADA POR O CONCELLO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

MATERIAIS GRÁFICOS E TIC DESEÑADOS E DESENVOLVIDOS POR GRUPO ENXEÑO GALICIA NO ANO 2012

IMPORTE MODESTO GÓMEZ FORMADOR DE MERCADOTECNIA E ESTRATEXIA EN INCYDE (FUNDACIÓN NACIONAL DE CÁMARAS DE COMERCIO), NOS TRES NIVEIS DA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA E EN DIVERSAS EMPRESAS PRIVADAS.

WWW.ELOCUENZIA.COM - CARTELEIRA FORMATIVA 2012

CONTEXTO

O mercado. O escenario de xogo de todas as relacións comerciais. Coñecelo, enfocalo e dominalo é a gran aspiración das empresas, pois nas súas entrañas residen boa parte das claves do éxito corporativo. Quen consiga diferenciar os seus produtos e servizos, axustar os seus prezos, coordinar a súa lóxica distributiva e comunicar as súas bondades con arranxo á demanda, terá a chave para abrir a porta do triunfo.

ASPIRACIÓN FORMATIVA

Con este módulo formativo pretendemos familiarizar aos asistentes coas 6P da mercadotecnia (a saber, persoal brand, posicionamento, produto, prezo, praza e promoción) ata conseguir revertir todas as variables da mercadotecnia mix do modo máis favorable para os intereses da empresa. Dominando as 6P e racionalizando a súa adaptación corporativa propiciaremos unha mellora global que redundará nun incremento da eficacia e a eficiencia.

XUSTIFICACIÓN

(consultar xunto a carteleira completa de formación 2012 en www.elocuezia.com)

EXEMPLO FORMATIVO

O símil pedagóxico de base no que nos centraremos para o desenvolvemento expositivo é o manexo dun cubo de Rubik que, en ocasións, habilitarase como un taboleiro de xadrez.

PRACTICUM

Manual de Mercadotecnia

(todos os manuais son customizables e inclúen vencellos interactivos)

METODOLOXÍA HORARIA

(ver Anexo 1)

Programa

12 horas, 12 epígrafes

Da personalidade á promoción.
Personalidade. Os acenos de identidade corporativas.
Perímetro. A contorna da empresa.
Produto. O resultado da actividade empresarial.
Prezo. Expresións monetarias para o troco.
Praza e emprazamento. A arte de colocar o produto.
Promoción. Ou como contarllo ao mundo.
A linguaxe e a comunicación.
A comunicación en prensa escrita.
A comunicación audiovisual.
A comunicación dixital.
A comunicación low cost de guerrilla.

ANEXO 1 - METODOLOXÍA HORARIA

Horario	Teórico / Práctico	Desenvolvemento por fraccións horarias
00.00-00.05	Docencia Teórica	Enunciado básico do concepto
00.05-00.15		Exposición teórica de contidos
00.15-00.25		Exposición práctica dun exemplo ilustrativo
00.25-00.30		Exposición audiovisual relacionada
00.30-00.35	Interacción Práctica	Planeamento dun caso práctico
00.35-00.48		Tempo de traballo para a súa resolución
00.48-00.55		Exposición simbólica de resultados
00.55-00.60	Resultados	Extracción de conclusións e resumo

Estas actividades formativas, conxuntamente con todos os seus títulos, materiais expositivos, divulgativos e recursos de difusión tecnolóxica, intégranse nun compendio titulado "Carteleiras Formativas 2012" que se atopa depositado no Rexistro Territorial da Propiedade Intelectual da Dirección Xeral de Creación e Difusión Cultural da Xunta de Galicia, Oficina Delegada de Santiago de Compostela. A súa reprodución total ou parcial sen consentimento expreso de Enxeño Galicia SL constitúe un delito.

