



LA NUEVA MERCADOTECNIA

Curso de Actualización en Marketing,
Branding y Posicionamiento de Marca.

16 horas teórico-prácticas interactivas

Objetivo →

Preparar al alumno con las nuevas herramientas estratégicas de la mercadotecnia renovada para enfrentar un mundo altamente competitivo y recargado de productos y servicios, reforzando la personalidad de la marca y orientando mejor su posicionamiento ante el mercado.

Contenido

- Definición y aplicaciones de la mercadotecnia actual.
- **The Pizza Theory: anatomía de la nueva mercadotecnia.**
- *Main Marketing Plan*: la estructura simplificada de Kotler.
- **Targeting: la nueva estrategia de segmentación de mercado.**
- Las generaciones del ser humano.
- **El renovado análisis FODA. (Upgrade SWOT reloaded)**
- Cronología de la mercadotecnia: la teoría Tycoll.
- **Premisas de la mercadotecnia.**
- El futuro de la mercadotecnia: la propuesta P&G.
- **Teoría del Branding: ¿qué es, de dónde viene, cómo se define, cómo se construye y cómo se comprende?**
- El poder de la marca: *The Branding Statement*.
- **Principales conceptos del Branding: Kellogg.**
- ¿Qué es una marca?: *Deloitte e Interbrand*.
- **BR&PC: Coordenadas de relevancia y desempeño de una marca.**
- El riesgo del *Over-Branding*.
- **Pirámide del posicionamiento Kellogg.**
- Definiendo el posicionamiento de una marca.
- **Realidades del posicionamiento.**
- *The Iceberg Theory*: Trilogía de un posicionamiento exitoso.
- **Las 5 tácticas de alto rendimiento para un buen posicionamiento.**
- *Compass Brand Personality*: Brújula de las personalidades de marca.
- **La teoría de Jack Trout.**
- Las 7 eras en el ciclo de vida de una marca.
- **La trilogía final de la marca.**
- Conclusiones y recomendaciones.

★ Reto

WORKSHOP FINAL CON UN ENTREGABLE INDIVIDUAL O POR EQUIPOS

Coach

Enrique D. Rojas²

