

Mercadotecnia para la Industria Alimentaria

Fechas: 2 al 6 de octubre, 2017

Horario: 4:00 a 8:00 pm

Duración: 20 horas

Modalidad: Presencial

Responsable: Diana Viquez

Ubicación: Hotel Casa Conde, San José



Instructor:

Q.A. Ana Laura Ocampo Hurtado
Facultad de Química
Universidad Nacional Autónoma de México, UNAM.

Dirigido a:

Personal encargado o involucrado en el proceso de mercadeo en Industria Alimentaria. Estudiantes y docentes de la Facultad de Ciencias Agroalimentarias.

Objetivo:

Conocer los principios e instrumentos de la mercadotecnia dentro de la Industria Alimentaria, considerando como eje fundamental las necesidades del consumidor y los beneficios que se obtienen a través del correcto diseño de las estrategias de mercadotecnia.

Al finalizar el curso el participante estará en capacidad de:

- Identificar y utilizar las variables que conforman la función de mercadotecnia con un enfoque en innovación, identificación de oportunidades de mercado, de crecimiento y la creación de ventajas competitivas.

Metodología:

Se utilizarán clases expositivas y participativas para enseñar los fundamentos respectivos.

Temario:

- El valor de la mercadotecnia
- Marketing y estrategia
- Industria alimentaria
- Plan de mercadotecnia
- Comportamiento del consumidor
- Segmentación y posicionamiento
- Investigación de mercados
- Marketing Mix

Monto de la inversión: \$ 220

(Incluye refrigerio, materia didáctico y certificado de participación)

Para más información
Marcela Fallas, +506 25118845,
capacitacion.cita@ucr.ac.cr