**Training Fiche Template**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Título** | Propuesta de valor en los modelos de negocio pospandémicos: enfoques innovadores para el *marketing* | |
| **Palabras clave** | Propuesta de valor, *marketing* | |
| **Idioma** | Español | |
| **Objetivos / Metas / Resultados de aprendizaje** | * Comprender cómo los negocios generan valor * Determinar el rol del marketing en este proceso de generación de valor * Perfilar los fundamentos de la estrategia de marketing | |
| **Área de formación: (Selecciona una)** | | |
| **Online / Marketing Digital / Ciberseguridad** | |  |
| **E-Commerce / Financiación** | | **x** |
| **Bienestar Digital** | |  |
| **Teletrabajo / Nómadas digitales** | |  |
| **Descripción** | Este curso compacto sobre marketing pretende ayudar a las PYME a definir estrategias de posicionamiento en el mercado. Además, proporciona los fundamentos para definir estrategias de comunicación, relacionarse con el público externo, crear y retener el valor de la propia marca. | |
| **Contenidos organizados en 3 niveles** | 1. **Propuesta de valor en los modelos de negocio pospandémicos: enfoques innovadores para el marketing**    1. **Propuesta de valor: enfoques innovadores del marketing**       1. Valor: enfoques diversos       2. Las variables que determinan el valor       3. Procesamiento de insumos: el modelo IPO       4. Contexto Socio-económico: análisis PEST       5. El público       6. *Marketing*: definiciones       7. Pilares de las prácticas de marketing       8. El *marketing mix*       9. El *marketing mix* en el plan de negocio | |
| **Autoevaluación (preguntas y respuestas de elección múltiple)** | 1. **¿Cuáles son las variables que determinan el valor?**   **a.- Procesamiento de insumos, contexto socioeconómico, las personas**  b.- Procesamiento de insumos, personas, precio  c.- Procesamiento de insumos, contexto socioeconómico, el precio   1. **¿Cuáles son los components del modelo IPO?**   a.- Industria, Proceso, Productos  b.- Insumos, Promoción, Productos  **c.- Insumos, Proceso, Procutos**   1. **¿Cuáles son los elementos del análisis PEST?**   a.- Factores políticos, medioambientales, sociales y tecnológicos  **b.- Factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos**  c.- Factores psicológicos, económicos, sociales y tecnológicos   1. **¿Cuál no es un pilar de las prácticas de marketing?** 2. a.- Demanda   b.- Necesidades  **c.- Personas**   1. **5. ¿Cuál no es una de las 8 P?**   **a.- Preparación**  b.- Posición  c.- Producto | |
| **Recursos (videos, link de referencia)** |  | |
| **Material relacionado** |  | |
| **PPT relacionado** | ESMERALD\_MARKETING\_IDP\_ES.pptx | |
| **Bibliografía** | AMA (American Marketing Association). Definitions of Marketing. <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>  Carniel, A. (2019). The ultimate guide to marketing mix: 4Ps, 7Ps, 8Ps, 4Cs, 7Cs. <https://www.albertocarniel.com/post/marketing-mix>  Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of marketing*. Pearson education.  Magowan, K. (2019). Outcomes vs Outputs: What’s The Difference? <https://www.bmc.com/blogs/outcomes-vs-outputs/>  Streissguth, A. (2021). 8 Great Value Proposition Examples (+ 5 Key Takeaways). <https://www.constantcontact.com/blog/value-proposition-examples/> | |
| **Proporcionado por** | IDP | |