



Introducción a la Mercadotecnia Social:

Aplicación para la promoción de estilos de vida saludables

(Ciudad de México, México, 28 julio – 1 agosto 2008)



Agenda

Lunes 28 de julio

Lecturas: Capítulos 1, 2, 3,4

Tema

Ponente principal

	Tema	Ponente principal
9:00-10:30am	Introducción al curso y a la Mercadotecnia Social. Enfoque de la mercadotecnia Social. ¿Por qué es diferente y más difícil que la mercadotecnia comercial? Diferencias entre mercadotecnia social y Educación para la Salud. Revisión de los pasos de la mercadotecnia social	Carol Bryant
10.30-11.15	Principios para lograr el éxito	Anabelle Bonvecchio
11:00-11:30	Presentación del Estudio de caso: Actividad Física	Carol Bryant
11:30-12:00	Receso	
12:00-12:30	Presentación del Estudio de caso: Obesidad en escolares	Anabelle Bonvecchio
12:30-1:00	Aspectos éticos, Preguntas y respuestas	Branka Legetic

Lunes 28 de julio

Lecturas: Capítulos 1, 2, 3,4

	Tema	Ponente principal
1:00-1:30	Selección de temas y equipos	Anabelle Bonvecchio
1:30-2:00	Consideraciones éticas, preguntas, respuestas	Branka Legetic
	Investigación de Mercado <ul style="list-style-type: none">○ Role en cada paso○ Tipos de datos<ul style="list-style-type: none">○ Secundarios○ Primarios○ Proceso no lineal; uso para confirmar y refinar a lo largo del proceso.	Carol Bryant
2:00-3:00 pm	Comida	
3:00-3:45 pm	Paso 1: Uso de los antecedentes para seleccionar el propósito y el enfoque del plan de mercadotecnia social.	Carol Bryant
3:45-4:15 pm	Trabajo en equipo: Antecedentes, propósito y enfoque	Carol Bryant
4:15-4:30 pm	Paso 2: Análisis de situación. Análisis FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Iniciativas previas. Trabajo en equipo.	Anabelle Bonvecchio
4:30-5:00 pm	Trabajo en equipo FODA.	Anabelle Bonvecchio

Martes 29 de julio

Lecturas: Capítulos 5, 6, 7, 8

	Tema	Ponente principal
9:00-10:30 am	Paso 3: Selección de la audiencia objetivo	Carol Bryant
10:30-11:15 am	Trabajo en equipo: Selección de la audiencia	
11:15-12:00 m	Paso 4: Objetivos y metas	Anabelle Bonvecchio
12:00-12:30	Receso	
12:30-1:15	Trabajo en equipo Objetivos y metas	Anabelle Bonvecchio
1:15-1:45 pm	Consideraciones éticas, preguntas, respuestas	Carol Bryant
1:45-2:45	Comida	
2:45-4:15 pm	Paso 5: A. Investigación Formativa Revisión de métodos de recolección de información. Triangulación metodológica. B: Segmentación de la Audiencia I métodos de investigación de determinantes	Florence Theodore Carol Bryant
4:15-5:00 pm	Trabajo en equipo. Planes de Investigación	

Miércoles 30 de julio

Lecturas: Capítulos 9, 10, 11

	Tema	Ponente principal
9: 00-9:15 am	Paso 6: Posicionamiento	Carol Bryant
9:15-9:45	Paso 7: Desarrollo de la estrategia (Marketing Mix):Producto	Carol Bryant
9:45-10:30	Trabajo en Equipo Producto	Carol Bryant
10:30-11:00	Paso 7: Desarrollo de la estrategia (Marketing Mix): Precio y otras barreras	Anabelle Bonvecchio
11:00-11:30	Trabajo en equipo: Precio	Anabelle Bonvecchio
11:30-12:00	Receso	
12:00-12:20	Paso 7: Desarrollo de la estrategia (Marketing Mix):Lugar	Carol Bryant
12:20-12:45	Trabajo en equipo: Lugar	Carol Bryant
12:45-2:00 pm	Paso 7: Desarrollo de la estrategia (Marketing Mix):Promoción	Anabelle Bonvecchio
2:00-3:00 pm	Comida	
3:00-5:00 pm	Paso 7: Desarrollo de la estrategia (Marketing Mix):Promoción (continuación)	Anabelle Bonvecchio

Jueves 31 de julio

Capítulos 12, 13, 14, 15, 16, 17

	Tema	Ponente principal
9:00-11:00 am	Trabajo en equipo: Promoción	
11:00-12:00 m	Paso 8: Plan de evaluación	Anabelle Bonvecchio
12:00-1:00 pm	Trabajo en equipo: Plan de evaluación	Anabelle Bonvecchio
1:00-1:10	Paso 9: Budgets	Anabelle Bonvecchio
1:10-1:40 pm	Paso 10: Action Plans to avoid pitfalls	Carol Bryant
1:40-2:00 pm	Trabajo en equipo: Plan de acción	
2:00-3:00 pm	Comida	
3:00-5:00 pm	Trabajo en equipo. Preparación de presentaciones	

Viernes 1 de agosto

Hora	Tema	Ponente principal
9:00-10:45	Preparación de las presentaciones finales	
10:45-11:00	Receso	
11:00-1:00	Presentaciones de los participantes (20 minutos cada una)	
1:00-2:00	Comida	
2:00-3:30	Presentaciones de los participantes (20 minutos cada una)	
3:30-3:45	Receso	
3:45-5:00	Resumen final y evaluación del curso	Carol Bryant