

PROGRAMA DEL CURSO

MARKETING

(Distancia 105 horas / Presencial 15 horas)

Presencial

Presentacion.

Unidad didáctica 1. El papel del marketing en la empresa

1. Cuadro generalista del marketing conceptual.
2. Análisis Interno.
3. Análisis Externo.

Unidad didáctica 2. Definir las mejores estrategias con la DAFO

1. Definiciones de Oportunidad, Amenaza, Debilidad y Fortaleza.
2. Matriz DAFO.

Unidad didáctica 3. Investigación objetiva como primer paso para el éxito

1. Investigación de mercado
2. Segmentación

Unidad didáctica 4. Diferenciarse y crear un posicionamiento claro

1. Concepto de diferenciación.
2. Posicionamiento

Unidad didáctica 5. La estrategia adecuada en función de la fase del ciclo de vida del producto

1. Fases del ciclo de vida del producto
2. Objetivos y Estrategias en el ciclo de vida del producto.

Unidad didáctica 6. Definir el producto más atractivo al precio más efectivo

1. Política de producto.
2. Política de precios.

Unidad didáctica 7. Distribuir el producto y comunicar sus beneficios

1. Política de distribución.
2. Políticas de comunicación.

Unidad didáctica 8. El nuevo marketing: más directo y en Internet

1. El Marketing Directo:
2. El Marketing Digital:

Cierre y clausura.

Distancia

Unidad didáctica 1. El Marketing, la satisfacción de las necesidades y los distintos enfoques de la gestión del marketing

Capítulo 1: La función del marketing en la empresa.

Capítulo 2. Conceptos básicos: La satisfacción de las necesidades.

Capítulo 3: Distintos enfoques de la gestión del marketing.

Unidad didáctica 2: El mercado y su entorno

Capítulo 4: El mercado y su entorno.

Capítulo 5: El concepto de mercado.

Capítulo 6: La segmentación del mercado.

Unidad didáctica 3: Análisis de la competencia, del comportamiento, del consumidor y las organizaciones

Capítulo 7: El análisis de la competencia.

Capitulo 8: El comportamiento del consumidor.
Capitulo 9: El comportamiento de compra en la organizaciones.

Unidad didáctica 4: El sistema de información comercial y la planificación estratégica.
Capitulo 10: La investigación comercial.
Capitulo 11: La planificación comercial estratégica.
Capitulo 12: La auditoria del marketing estratégico.

CUESTIONARIOS

Hay cuatro Cuestionarios que sirven de evaluación de las Unidades Didácticas con preguntas relacionadas con la teoría expuesta anteriormente

El curso incluye:

UN MODULO DE ORIENTACIÓN Y DESARROLLO DE LA CARRERA PROFESIONAL

Cuyo objetivo es el de orientar e informar a los alumnos que quieran optar a un nuevo puesto de trabajo, que sepan realizar la elaboración de un C.V. así como las indicaciones que deben seguir en una entrevista