



CURSO PRÁCTICO DE MARKETING

Objetivos

Dotar a los alumnos de las destrezas necesarias para lograr entender las diferentes funciones y técnicas del Marketing, así, conocer las herramientas estratégicas de negocio y herramientas operacionales la cuales deben ser incorporadas a la gestión de la empresa.

El marketing nos entrega como principal herramienta estratégica el “conocer que es lo que debemos vender”, es decir, el enfoque orientado al consumidor: ponderar al cliente en base a sus necesidades y convertirlo en el centro de nuestra organización: todo lo que hagamos o realicemos debe ser pensado en el cliente, porque es éste el que permite que los objetivos de la empresa se cumplan, a saber, maximizar el beneficio y perdurar en el tiempo.

En consecuencia, el Curso Práctico de Marketing está encaminado a planificar, estudiar, investigar, analizar y dar a conocer nuestros productos.

Contenidos



- TEMA 1. ¿Qué es el Marketing?
- TEMA 2. El Mercado.
- TEMA 3. La Investigación de Mercado.
- TEMA 4. El Desarrollo de Productos.
- TEMA 5. La Fijación de Precios.
- TEMA 6. La Distribución.
- TEMA 7. La Fuerza de Ventas.



- TEMA 8. La Promoción de Ventas.
- TEMA 9. Técnicas promocionales.
- TEMA 10. La Publicidad: El Anunciante.
- TEMA 11. La Publicidad: La Agencia.
- TEMA 12. Publicidad gráfica.
- TEMA 13. Publicidad audiovisual.
- TEMA 14. Otras formas de creación de imagen.
- TEMA 15. Los Medios.
- TEMA 16. El Plan de Marketing (I).
- TEMA 17. El Plan de Marketing (II).
- TEMA 18. El Departamento de Marketing en la Empresa.
- TEMA 19. Práctica: Desarrollo del Plan de Marketing (I).
- TEMA 20. Práctica: Desarrollo del Plan de Marketing (II).

