

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. Técnicas de fijación de precios
 - TEMA 6. La distribución
 - TEMA 7. La fuerza de ventas
 - TEMA 8. La promoción
 - 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 Mass Media
 - 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)

