

MARKETING ESTRATEGICO

20
HORAS

DESCRIPCIÓN

Este curso nos permitirá acercarnos y adentrarnos en el mundo del marketing, que nos llevará al conocimiento de la empresa. En especial, nos acercaremos a los conceptos fundamentales del marketing y a los principios generales que maneja el marketing y los instrumentos para los estudios de mercado.

Aprenderemos a conocer el macroentorno y el microentorno, los estudios de mercado, la investigación comercial y sus fases, y las diferentes técnicas de segmentación de clientes.

OBJETIVOS

Aplicar prácticamente cada uno de los conceptos, su manejo y su evolución en la empresa.

CONTENIDOS

MÓDULO 1: INTRODUCCIÓN AL MÁRKETING ESTRATÉGICO

UNIDAD 1: MARKETING ESTRATÉGICO: CONCEPTO E INTRODUCCIÓN - ¿Qué es el marketing? - Principios generales del marketing

UNIDAD 2: EL ENTORNO - Conocimiento del entorno. Conocimiento del mercado-sector - Microentorno y microentorno

UNIDAD 3: EL MARKETING Y LA EMPRESA - Análisis de la empresa - Análisis externo y análisis interno - Estrategias básicas

MÓDULO 2: EL MERCADO Y LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL

UNIDAD 4: TIPOS DE MERCADO - Estudios sobre el mercado - La oferta. La demanda - Tipos de mercado

UNIDAD 5: INVESTIGACIÓN COMERCIAL - Introducción. El diseño de la investigación. Evaluación del sistema adecuado - Fases de la investigación de mercados - Investigación de mercados de muestreo - Distintas técnicas de investigación de mercados

UNIDAD 6: SEGMENTACIÓN DEL MERCADO - Concepto, fines y utilidad - Criterios de segmentación - Microsegmentación y macrosegmentación - Anexo: Acerca de la estrategia