

MARKETING EMPRESARIAL

20
HORAS

DESCRIPCIÓN

En este curso aprenderemos las técnicas más eficaces del marketing: segmentación de mercado, marketing mix, políticas y directrices, información de mercado, planificación de medios y marketing directo.

El objetivo es obtener un conocimiento práctico y profundo de los puntos clave que nos permitirán alcanzar la mejor posición competitiva de nuestra empresa, aprovechando todas las técnicas y herramientas que el marketing pone a nuestra disposición.

OBJETIVOS

Aprender a utilizar las técnicas de marketing para conseguir un mejor posicionamiento de las mismas ante la competencia: - Marketing de servicios - Segmentación del mercado - Marketing Mix - Políticas y directrices - Información de mercado - El Plan de Marketing - Plan de medios: comunicación, marca, publicidad, relaciones públicas - Marketing directo: venta personal, fidelización, e-marketing, lopd

CONTENIDOS

Unidad 1: Fundamentos del Marketing

- Fundamentos del marketing - Visión histórica del marketing - Producto VS Servicio - Marketing de servicios: Diferencias - Test Unidad 1

Unidad 2: Segmentación del Mercado.

- El Mercado Objetivo - Mercados y segmentos - Influyentes en el consumidor - Motivación - Segmentación del mercado - Tipos de Segmentación - Mercado meta - Autopráctica - Orientación del marketing - Autopráctica - Segmentación - Test Unidad 2

Unidad 3: El Marketing Mix. Elementos y Estrategias

- Marketing mix - I.- Posicionamiento - II.- Posicionamiento - ¿Cómo hacer que el cliente piense en mí? - Producto - Ciclo de vida del producto - Política de precios - Criterios de fijación de los precios - Los modelos de fijación de precios - Construcción de precios - Punto muerto - Construcción de precios mediante márgenes - Fijación de los precios en base a la competencia - Fijación de precios en función de la demanda - Definir un precio para un producto nuevo - ¿Cuándo se puede alterar un precio? - Estrategias de distribución - Las 3 Ps del sector servicios - Autopráctica - Posicionamiento - Autopráctica - Producto - Autopráctica - Fijación de precios - Test Unidad 3

Unidad 4: Políticas y Directrices del Marketing

- Diseñar una estrategia de marketing - Políticas y estrategias - Cadena de valor - La competencia - Fuerzas competitivas - Estrategias competitivas - DAFO - Autopráctica - Visión y misión - Autopráctica - Toma de opciones estratégicas - Autopráctica - DAFO - Autopráctica - Análisis de la competencia - Test Unidad 4

Unidad 5: Información de Mercado

- Investigación de Mercado - El cuestionario - Estudiar la Demanda en Casa - Autopráctica - Investigación de mercado - Test Unidad 5

Unidad 6: El Plan de Marketing - Plan de Marketing - Autopráctica - Elaboración del plan de marketing - Autopráctica - Puesta en marcha del plan de marketing - Test Unidad 6

Unidad 7: Planificación de Medios - Imagen e Identidad - Promoción y Comunicación Mix - Plan de Comunicación - La Marca - Características de la Marca - Publicidad - Las Relaciones Públicas - Autopráctica - Características de marca - Test Unidad 7

Unidad 8: Marketing Directo. Técnicas y Argumentarios - Marketing Directo - Venta Personal - Argumentario - Merchandising - Promoción - Customer Relationship Management - Fidelización - El Peligro de un Cliente Insatisfecho - Trabajar En Entornos Digitales - E-Marketing - La Ley de Protección de Datos Personales - Autopráctica - Fidelización - Autopráctica - Argumentación de la venta - Test Unidad 8