

MARKETING OPERATIVO

15
HORAS

DESCRIPCIÓN

En este curso nos acercaremos a las cuatro "P" del Marketing Operativo: Precio, Producto, Distribución y Promoción / Publicidad.

Las cuatro variables son de vital importancia para proceder a la toma de decisiones y para poder aplicar a la práctica las estrategias empresariales. A través de su estudio, conoceremos las claves de la distribución y promoción o publicidad, para tomar las decisiones adecuadas y establecer las distintas estrategias óptimas para salir al mercado.

OBJETIVOS

Conocer el manejo de los distintos conceptos.

Saber operar con los conceptos de manera práctica, en Precio, Producto,

Distribución y Promoción o Publicidad, para tomar las decisiones adecuadas y establecer las distintas estrategias para salir al mercado.

CONTENIDOS

UNIDAD 1. PRODUCTO. LA POLÍTICA DE PRODUCTOS - Artículo, línea y gama - El concepto de producto - La calidad del producto - Cantidad y tamaño - Estética, utilidad y ergonomía - El envasado de los productos - Posicionamiento del producto - La marca en la ejecución del Marketing

UNIDAD 2. LA POLÍTICA DE PRECIOS - El concepto del precio de Marketing - El enfoque del consumidor. La aceptación de precios - El enfoque de la empresa, los precios internos - El precio real - Los precios en productos independientes - Estrategias de precio - Sección práctica

UNIDAD 3. EL MERCADO INTERMEDIARIO. LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN - Aproximación - Funciones que desempeñan los intermediarios - Aspectos a tener en cuenta en el diseño de un canal - Los intermediarios - Valoración de un canal de distribución - Problemas que surgen en las relaciones entre los miembros de un canal - Análisis teórico de las relaciones industriales de distribución - Sistemas verticales de Marketing

UNIDAD 4. PUBLICIDAD / PROMOCIÓN - La política de la comunicación global - Estrategias básicas - Las agencias y los profesionales de la comunicación - Imagen e identidad corporativa - Creatividad - Promoción de ventas - Marketing directo