



MARKETING TÁCTICO

Inicio: 12 de mayo

Objetivos

- Enfocar las acciones comerciales desde el sí interno de la empresa.
- Analizar el mercado desde la vertiente amplia del márketing para observar las oportunidades existentes.
- Diferenciar entre la innovación y la evolución del portafolios de productos.
- Entender el Valor de Marca como un rasgo competitivo esencial.
- Conocer y aplicar las diferentes escalas de un plan de marketing completo para el lanzamiento de nuevos productos al mercado.

Destinatarios

Todas las personas que dentro de la organización empresarial tienen influencia en el desarrollo comercial de la misma: dirección, ventas, I+D, dirección de la producción y/o logística, servicio, etc.

Contenido

1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING.

- 1.1. Definición del marketing actual.
- 1.2. Orígenes.
- 1.3. Denominaciones más comunes.
- 1.4. La cuota o participación de mercado.
- 1.5. El plan de marketing.

2 . EL MARKETING ANALÍTICO.

- 2.1. Análisis DAFO
- 2.2. Concepto de Producto y Público Objetivo.
- 2.3. Investigación
- 2.4. Posicionamiento
- 2.5. Previsiones de mercado
- 2.6. Plan financiero

3 . EL MARKETING OPERATIVO ...marketing mix...

- 3.1. Las políticas de producto.
- 3.2. Las políticas de precios.
- 3.3. Las políticas de distribución.
- 3.4. Las políticas de promoción: ventas y publicidad.
- 3.5. Las políticas de servicio.

4 . EL MARKETING OPERATIVO ... marketing intro...

- 4.1. La prueba piloto.
- 4.2. El lanzamiento.
- 4.3. El control de las desviaciones.
- 4.4. Los resultados.

Metodología

El curso se desarrolla en el entorno del Campus Empresarial Virtual.

La flexibilidad de este sistema permite al usuario adquirir los conocimientos a su ritmo, anular los desplazamientos y evitar los problemas de disponibilidad horaria.

El aprendizaje que ofrece el curso está guiado por un consultor que asesora a los participantes y también tiene experiencia en procesos formativos y vela por el progreso general de todo el grupo.

Cabe señalar el carácter práctico y aplicable del curso, que tiene en cuenta los intereses actuales de los profesionales y de las empresas que son destinatarios.

Matrícula

165 €

Fecha de inicio del curso

12 de mayo

Duración

Cinco semanas aproximadamente
(Este curso equivale a 24 horas lectivas)

Certificado

La Cámara entregará un diploma a todas las personas que hayan participado un mínimo del 75% de las actividades del curso.

Formación a medida

Si lo considera de interés, consulte la posibilidad de hacer este programa a medida para su empresa. Puede pedir una propuesta sin compromiso. Le adaptaremos el contenido a sus necesidades.