

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