

INICIACIÓN AL MARKETING

REF: K059
HORAS: 15 horas

OBJETIVOS

- Introducirse en los conceptos y elementos básicos del marketing, cuáles son sus aplicaciones y sus principales determinantes.
- Describir las variables del Marketing Mix: Product, Price, Place y Promotion (producto, precio, distribución y comunicación/promoción).
- Conocer la perspectiva estratégica y la perspectiva operativa del Marketing. El ámbito de aplicación del marketing no se limita a las actividades empresariales, sino que también se extiende a instituciones sin ánimo de lucro, o a otros comportamientos que resultan útiles a la sociedad.
- Profundizar en el plan de marketing, documento que recoge la formulación de los objetivos y estrategias de marketing, junto con la determinación del presupuesto de ingresos, gastos y beneficios esperados.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. EL MARKETING

- 1.1. Introducción.
- 1.2. Evolución del marketing.
- 1.3. Definiciones.
- 1.4. Etapas en el desarrollo del marketing.
- 1.5. Aplicaciones del marketing.
- 1.6. Determinantes del marketing.

2. PRODUCTO Y PRECIO

- 2.1. Marketing mix.
- 2.2. Producto.
- 2.3. Precio.

3. COMUNICACIÓN / PROMOCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

- 3.1. Comunicación.
- 3.2. Promoción.
- 3.3. Distribución.
- 3.4. El equipo de ventas.

4. PERSPECTIVAS DEL MARKETING

- 4.1. Introducción.
- 4.2. Dirección de marketing.
- 4.3. Marketing estratégico.
- 4.4. Marketing operativo.

5. PLAN DE MARKETING

- 5.1. Conceptos básicos.
- 5.2. Naturaleza y contenido.
- 5.3. Presentación.
- 5.4. Implantación.
- 5.5. Evaluación y control.