

COMM037PO PLANIFICACIÓN DE MARKETING



180,00 € - 250,00 €

Este Curso COMM037PO PLANIFICACIÓN DE MARKETING le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Artes gráficas. Con este CURSO COMM037PO PLANIFICACIÓN DE MARKETING el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y definir el plan de marketing acorde a la organización y estrategia empresarial, sabiendo distinguir las múltiples posibilidades y variables.

Categorías: [Certificados de Profesionalidad](#), [Certificados de Profesionalidad Online](#), [Marketing](#) |

INFORMACIÓN

Duración	30 h
Modalidad	Online

Docencia	TUTOR PERSONAL
Prácticas	GESTIÓN DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS
Método de pago	FINANCIACIÓN SIN INTERESES
Centro de empleo	AGENCIA DE COLOCACIÓN
Formación acreditada	CENTRO ACREDITADO POR EL SEPE

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING

1. El Marketing como filosofía
2. El Marketing como función
3. Función en la organización
4. El Marketing en nuestras vidas
5. Origen y Desarrollo del término marketing
6. El Marketing en el presente y futuro
7. El Marketing como actividad empresarial
8. El Mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL DEPARTAMENTO DE MARKETING

1. Evolución
2. Organización
3. Estructura
4. Actividades
5. El Responsable de marketing
6. El Responsable de producto
7. El Responsable de investigación
8. El Responsable de publicidad
9. El Responsable de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PLAN DE MARKETING

1. Introducción

2. La planificación estratégica de marketing
3. Ventajas de la planificación de marketing
4. El proceso de planificación
5. Concepto de Plan de Marketing operativo
6. Características del plan de marketing
7. Posible organización del departamento de marketing
8. Análisis previo de la situación
9. Elaboración del plan de marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CLASIFICACIONES DEL MARKETING

1. Según la institución a la que se dirige
2. En función del objetivo que pretende conseguir
3. Otras denominaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTRATEGIAS DE MARKETING Y MIX DE MARKETING

1. Introducción
2. Tipos de estrategias
3. Estrategias del mix de marketing
4. Programas de marketing
5. Valoración de las estrategias de marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LAS VARIABLES DEL MARKETING

1. Política de producto
2. Política de precios
3. Política de distribución
4. Política de comunicación