

COMM053PO ESTRATEGIAS DE PLANIFICACIÓN Y MARKETING CORPORATIVO



180,00 € - 250,00 €

Este Curso COMM053PO ESTRATEGIAS DE PLANIFICACIÓN Y MARKETING CORPORATIVO le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Artes gráficas. Con este CURSO COMM053PO ESTRATEGIAS DE PLANIFICACIÓN Y MARKETING CORPORATIVO el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y identificar y utilizar los elementos que definen el marketing estratégico en la empresa, así como los pasos y estrategias del proceso de planificación corporativa. además, podrá reconocer las estrategias relativas al marketing en el ciclo de vida de un.

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

INFORMACIÓN

Duración

50 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. MARKETING Y ESTRATEGIA DE LA EMPRESA

1. Planteamientos estratégicos y, en particular, del Marketing Estratégico, para hacer frente a los procesos de adaptación empresarial que exige la cambiante realidad de los mercados.
2. Conceptos y elementos básicos de la planificación estratégica comunes a todos los niveles de la organización empresarial.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PROCESO DE PLANIFICACIÓN CORPORATIVA

1. Elementos básicos necesarios para la elaboración de planes estratégicos.
2. Estrategias corporativas que sirven de marco a las decisiones de marketing.
3. Conceptos más frecuentes en la planificación corporativa.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y ANÁLISIS INTERNO DE LA EMPRESA

1. Conceptos de macroentorno y microentorno.
2. Influencia del entorno en la actividad de marketing de la empresa.
3. Modelo de rivalidad ampliada de Porter.
4. Factores influyentes en el análisis interno de la empresa.
5. Recursos y capacidades con los que puede contar una organización empresarial.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTRATEGIAS DE MARKETING EN EL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

1. Importancia del concepto de ciclo de vida del producto-mercado.
2. Formas de entrar en un nuevo mercado.

3. Opciones estratégicas existentes para las empresas en los mercados en crecimiento según la posición competitiva que ocupen.
4. Situación de los mercados maduros y en declive.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

1. Concepto de nuevo producto.
2. Enfoques que una empresa puede adoptar en el proceso de innovación y lanzamiento de nuevos productos.
3. Etapas que comprende un enfoque completo de desarrollo de un nuevo producto.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ESTRATEGIAS DE MARCA Y DE FIDELIZACIÓN

1. Determinación de la elección de una marca en una categoría de productos (conocimiento-preferenciaelección).
2. Posibles estrategias de decisión sobre el nombre de marca.
3. Valor de marca a través de los elementos clave que lo componen y principales métodos de cuantificación de valor de marca.
4. Importancia de la satisfacción del consumidor en el proceso de fidelización.