

DIRECCIÓN DE MARKETING

REF: **K026**
HORAS: **20 horas**

OBJETIVOS

- Entender el marketing cómo una actividad estratégica clave dentro de la organización.
- Introducir en los procesos y conceptos básicos del marketing.
- Describir las políticas básicas: producto, precio, distribución y comunicación.
- Conocer las principales actividades que se llevan a cabo desde la Dirección de marketing.
- Ver cuáles son las diferentes herramientas que se emplean y las oportunidades que ofrecen.
- Aprender a organizar la fuerza de ventas, una herramienta de comunicación de gran relevancia en la planificación del marketing y en los resultados empresariales.
- Conocer algunas de las aplicaciones del marketing: interno, directo, industrial, servicios y organizaciones no comerciales y administraciones públicas.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. EL MARKETING EN LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL

- 1.1. Conceptos claves.
- 1.2. Gestión orientada al mercado.
- 1.3. Análisis del mercado.
- 1.4. Orientación al cliente.
- 1.5. Marketing transaccional versus marketing relacional.
- 1.6. Marketing relacional.
- 1.7. Fidelización.

2. DIRECCIÓN DE MARKETING

- 2.1. Introducción.
- 2.2. Marketing estratégico.
- 2.3. Marketing operativo.
- 2.4. Marketing mix.
- 2.5. Planificación comercial.
- 2.6. El departamento de marketing.

3. INVESTIGACIÓN COMERCIAL Y SEGMENTACIÓN

- 3.1. Comportamiento y necesidades del consumidor.
- 3.2. Segmentación de mercados.
- 3.3. Investigación comercial.

4. POLÍTICAS DE PRODUCTO Y PRECIO

- 4.1. Política de producto.
- 4.2. Creación y modificación de productos.
- 4.3. Política de precio.
- 4.4. Métodos de fijación y estrategias de precios.

5. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

- 5.1. La distribución.
- 5.2. Funciones y tipos de distribución.
- 5.3. Los intermediarios en el canal de distribución.
- 5.4. Métodos de venta en la distribución comercial.

6. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

- 6.1. Introducción.
- 6.2. Publicidad.
- 6.3. Promoción de ventas.
- 6.4. Relaciones públicas.
- 6.5. Fuerza de ventas.

7. PLAN DE MARKETING

- 7.1. Planificación del marketing.

7.2. Planes de acción.

7.3. Presupuesto comercial.

8. APLICACIONES DEL MARKETING

8.1. Marketing directo.

8.2. Marketing industrial.

8.3. Marketing de servicios.

8.4. Marketing en organizaciones no comerciales.

8.5. Marketing interno.