

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.