

DIRECCIÓN DE MARKETING

OBJETIVOS

- Adquirir conocimiento de las modalidades del marketing y rasgos diferenciales.
- Conocer las actividades que se llevan a cabo desde la Dirección de marketing.
- Cuáles son las diferentes herramientas que se emplean y las oportunidades que ofrecen a las organizaciones.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. EL MARKETING DENTRO DE LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL

- 1.1. Introducción
- 1.2. Los fundamentos de la gestión orientada al mercado
- 1.3. Análisis del mercado
- 1.4. La relación con el cliente como clave estratégica
- 1.5. Del marketing tradicional al nuevo marketing relacional
- 1.6. Elementos de fidelización como clave estratégica de la gestión comercial

2. EL MARKETING Y LA DIRECCIÓN COMERCIAL DE UNA EMPRESA

- 2.1. El proceso de dirección de marketing
- 2.2. Marketing estratégico y marketing operativo
- 2.3. Marketing mix y las sub-funciones del marketing
- 2.4. Organización del departamento de marketing

3. INVESTIGACIÓN COMERCIAL Y SEGMENTACIÓN

- 3.1. Comportamiento del consumidor
- 3.2. La segmentación de mercados
- 3.3. La investigación comercial

4. POLÍTICAS DE PRODUCTO Y PRECIO

- 4.1. El producto dentro del marketing mix y su ciclo de vida
- 4.2. Creación y modificación de productos
- 4.3. Política de precios
- 4.4. Métodos de fijación y estrategias de precios

5. LA POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

- 5.1. La distribución dentro del marketing mix
- 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. La publicidad
- 6.3. La promoción de ventas
- 6.4. Las relaciones públicas
- 6.5. La fuerza de ventas
- 6.6. Marketing mix: estrategia, formas y medios de comunicación

7. ORGANIZACIÓN DE VENTAS Y PLAN DE MARKETING

- 7.1. La red de ventas
- 7.2. El director de ventas
- 7.3. La planificación en el marketing
- 7.4. Prestación y control del plan

8. APLICACIONES DEL MARKETING

- 8.1. Marketing directo
- 8.2. Marketing industrial
- 8.3. Marketing de servicios
- 8.4. Marketing social y público
- 8.5. Marketing interno