

REF: K060

## OBJETIVOS

- Alcanzar un conocimiento amplio y avanzando del marketing empresarial, tanto del tradicional como de las nuevas técnicas de marketing.
- Describir y profundizar en las principales políticas de marketing: producto, precio, distribución, comunicación y promoción.
- Destacar la importancia de la planificación y la estrategia como parte integral y fundamental del proceso de marketing.
- Conocer la estructura y aspectos más relevantes del plan de marketing y el modo más eficaz de presentación.
- Describir las características, aplicaciones y ventajas de herramientas como el marketing directo, el marketing relacional o las relaciones públicas.
- Introducir en el marketing digital (Internet, Redes Sociales, etc.), ya que han evolucionado el marketing desarrollando técnicas de acercamiento al usuario, propias del medio (personalización, viralización, recomendación usuario a usuario, etc.), que no existían antes en el marketing tradicional.
- Analizar las causas, riesgos, ventajas y formas de emprender la internacionalización.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

- 1. POLÍTICAS DE PRODUCTO Y PRECIO**
  - 1.1. Conceptos básicos del marketing.
  - 1.2. Políticas de Producto.
  - 1.3. Políticas de Precio.
- 2. POLÍTICAS DE DISTRIBUCIÓN**
  - 2.1. Introducción.
  - 2.2. Canales de distribución.
  - 2.3. Intermediarios.
  - 2.4. Selección de canales.
- 3. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN**
  - 3.1. La comunicación, una herramienta estratégica.
  - 3.2. Funciones básicas de la comunicación.
  - 3.3. Decisiones para diseñar el plan de comunicación.
  - 3.4. Fases del plan de comunicación.
  - 3.5. Instrumentos de la comunicación comercial.
  - 3.6. Marketing promocional.
- 4. MARKETING ESTRATÉGICO**
  - 4.1. Enfoques de la estrategias de marketing.
  - 4.2. Secuencia del marketing estratégico.
  - 4.3. Planificación estratégica corporativa.
  - 4.4. Diferenciación competitiva y estrategias de ciclo de vida del producto.
  - 4.5. Posicionamiento.
- 5. PLAN DE MARKETING**
  - 5.1. Plan de marketing.
  - 5.2. Objetivos y etapas del plan de marketing.
  - 5.3. Análisis de la situación.
  - 5.4. Previsiones.
  - 5.5. Establecimiento de objetivos.
  - 5.6. Selección de estrategias.
  - 5.7. Programación.
  - 5.8. Ejecución.
  - 5.9. Control y seguimiento.

**6. RELACIONES PÚBLICAS, MARKETING DIRECTO Y MARKETING RELACIONAL**

- 6.1. Relaciones públicas.
- 6.2. Marketing directo.
- 6.3. Marketing relacional.

**7. MARKETING DIGITAL**

- 7.1. ¿Qué es el marketing digital?
- 7.2. Principales diferencias con el marketing tradicional.
- 7.3. Objetivos del marketing.
- 7.4. Las 4Ps del marketing digital.
- 7.5. Social media marketing (SMM).
- 7.6. Marketing viral.

**8. INTERNACIONALIZACIÓN**

- 8.1. Decidir el salto internacional.
- 8.2. Ventajas y riesgos de la internacionalización.
- 8.3. Proceso de internacionalización.