

ONA10181 Introducción al marketing (10 horas)

Objetivos:

- Adquirir los conocimientos necesarios para comprender y aplicar los determinantes del marketing.
- Adquirir una visión amplia de las diversas funciones que se desarrollan en la empresa y del lugar que el marketing ocupa en dichas funciones.
- Conocer las técnicas de implantación de los métodos operativos y los medios de control.
- Conocer los instrumentos del marketing y su influencia en la venta.
- Conocer los principios, fundamentos y conceptos del marketing.

Índice:

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1.MARKETING

1.1.Introducción

1.2.Conceptos del marketing

2.DETERMINANTES DEL MARKETING

2.1.Introducción

2.2.Consumidor

2.3.Comprador

2.4.Demanda

2.5.Mercado

2.6.Competencia

2.7.Empresa

3.INSTRUMENTOS DEL MARKETING: PRODUCTO Y PRECIO

3.1.Marketing mix

3.2.Producto: Clasificación

3.3.Ciclo de vida del producto

3.4.Marca

3.5.Precio: Objetivos y fijación

4.INSTRUMENTOS DEL MARKETING: PROMOCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

4.1.Promoción

4.2.Punto de venta

4.3.Distribución

4.4.Comunicación

5.DIRECCIÓN DE MARKETING

5.1.Dirección estratégica del mercado

5.2.Planificación estratégica: Análisis de la situación

5.3.Planificación estratégica: Métodos de investigación

5.4.Planificación estratégica: Fijación de objetivos

5.5.Planificación estratégica: Identificación y selección de estrategias

6.PLANES OPERATIVOS

6.1.Implantación de los planes operativos

6.2.Control de resultados