

## **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