

ONA10182 Marketing estratégico (10 horas)

Objetivos:

Conocer los principales conceptos y elementos del marketing estratégico, así como los beneficios que puede obtener la empresa con su aplicación.

Adquirir conocimiento sobre los diferentes enfoques entre los que puede optar la empresa en su orientación hacia el mercado.

Aprender a manejar las oportunidades que brinda el marketing para ubicar a la empresa en la posición pretendida.

Conocer las características generales del marketing internacional y saber de las diferentes técnicas de penetración en mercados extranjeros.

Índice:

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1.FUNDAMENTOS DEL MARKETING ESTRATÉGICO

1.1.Principales conceptos del marketing estratégico

1.2.Orientaciones de las empresas hacia el mercado

1.3.La secuencia del marketing estratégico

1.4.Planificación estratégica corporativa

2.DIFERENCIACIÓN COMPETITIVA Y ESTRATEGIAS DE CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

2.1La diferenciación

2.2.El ciclo de la vida

2.3.Creación y evolución del mercado

3.POSICIONAMIENTO

3.1.El posicionamiento

3.2.Estrategia de posicionamiento

3.3.Aplicaciones del posicionamiento

4.MARKETING INTERNACIONAL

4.1.Introducción

4.2.El salto internacional

4.3.Comercio internacional

4.4.Penetración en el mercado

4.5.El proceso de internacionalización