



MARKETING ESTRATÉGICO

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 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

- 2.1 La 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