



INTRODUCCIÓN AL MARKETING

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 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

- 3.6. Promoción
- 3.7. Punto de venta
- 3.8. Distribución
- 3.9. Comunicación

5. DIRECCIÓN DE MARKETING

- 4.1. Dirección estratégica del mercado
- 4.2. Planificación estratégica: Análisis de la situación
- 4.3. Planificación estratégica: Métodos de investigación
- 4.4. Planificación estratégica: Fijación de objetivos
- 4.5. Planificación estratégica: Identificación y selección de estrategias

6. PLANES OPERATIVOS

- 5.1. Implantación de los planes operativos
- 5.2. Control de resultados