

MÓDULO 1: Marketing y Ventas 1ª Parte

TEMA 1. El Marketing en la Empresa

Definición de Marketing

Conceptos Fundamentales

Función del Marketing en la Empresa

¿Qué es el Marketing-Mix? Elementos que lo Forman

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

TEMA 2. El Mercado y el Consumidor

Definición de Mercado

Tipos de Mercado

Cuantificación de Mercados

Segmentación del Mercado

Mercado Real / Mercado Potencial

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

TEMA 3. La Investigación de Mercado

Concepto

Objetivos

Tipos de Investigación y Técnicas de Aplicación

Utilización de los Resultados

Fuentes de Datos

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

MÓDULO 2: Marketing y Ventas 2ª Parte

TEMA 4. Política de Producto

El Producto

Etapas de Desarrollo del Nuevo Producto

Clasificación

La Imagen de Marca

Diseño, Envase y Embalaje

Objetivos y Estrategias del Producto

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

TEMA 5. Política de Precio

El Precio

Tipos de Precio

Precio al Distribuidor y Precio al Consumidor

Métodos de Fijación de Precios

Objetivos de la Fijación de Precios

La Cuenta de Resultados

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

TEMA 6. Política de Distribución

¿Qué es Distribuir un Producto?

Funciones de la Distribución

Canales de Distribución

Estrategias de Distribución

Merchandising

Controles de Distribución

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

TEMA 7. Política de Comunicación

La Comunicación

Fuerza de Ventas o Venta Personal

Marketing Directo

Publicidad

Relaciones Públicas

Promoción de Ventas

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

TEMA 8. Planificación en la Empresa. Plan de Marketing

La Planificación en la Empresa

Planificación Estratégica y el Plan Operativo Anual

¿Qué es un Plan de Marketing?

Esquema General del Plan de Marketing

Pasos del Plan de Marketing

Modelos de Organización del Departamento de Marketing

Perfil del Profesional de Marketing

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

Glosario

Bibliografía

