

Programa integral de
**CUALIFICACIÓN
Y EMPLEO**

Curso **Online Gratuito**

100h. **ESPECIALISTA EN MARKETING ESTRATÉGICO**

REQUISITOS FINALIZACIÓN

- Visualización: + 75% contenidos en plataforma
- Evaluación final: realizar y aprobar el cuestionario de evaluación final. (Se pide, mínimo el 50% de las preguntas correctas)





Qué aprenderás con este curso...

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING ESTRATÉGICO: CONCEPTOS GENERALES

Planificación estratégica: Pasos

El rol del marketing dentro de la empresa

Situación y estrategias de marketing: Análisis

Proceso de orientación al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PROCESO DE SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

Segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones

Requisitos para una segmentación eficaz: Segmentación de mercados de consumo e industriales

Estrategias de cobertura del mercado

Segmentación de mercados a priori y a posteriori

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DEMANDA Y DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA: PROCESO DE ANÁLISIS

Conceptos generales

Análisis de la demanda

Cuota de mercado de una marca: Análisis de sus componentes

Selección y del intercambio de la marca: Los modelos

explicativos

Los factores que condicionan el atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Factores que influyen en el comportamiento del consumidor

El proceso de la cultura

Similitudes y diferencias de los valores culturales

Factores sociológicos de consumo

Etapas del proceso de decisión del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO

Posicionamiento en el mercado

Elementos que forman el posicionamiento

Tipos de estrategias de posicionamiento

Períodos y mapas de posicionamiento



UNIDAD DIDÁCTICA 6. REPUTACIÓN DE LA MARCA Y BRANDING

Naturaleza y estructura de marca

Valor de marca: Brand equity

Marcas corporativas y marcas producto

La imagen como elemento de comunicación

Reputación corporativa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PLAN DE MARKETING

Plan de marketing

Procesos en el diseño del Plan de Marketing

Tipos de control en la ejecución del Plan de Marketing

Fases en el desarrollo del plan de marketing

Objetivos:

Conocer los procesos de segmentación de mercados y posicionamiento, aplicando diferentes técnicas para desarrollar un plan de marketing profesional. También se indican las obligaciones contables para conocer cuál es el estado económico-financiero de la empresa.