

PLANIFICACIÓN DE MARKETING



Financiado por la Unión Europea
NextGenerationEU



MINISTERIO
DE TRABAJO
Y ECONOMÍA SOCIAL



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

SERVICIO PÚBLICO
DE EMPLEO ESTATAL
SEPE



Duración: 40 horas



Horario: Mañanas



985 26 91 29
622 20 60 95



acalug@academialugones.com

Contenidos

1. Objetivo general.....	3
2. Contenidos formativos.....	3



1. Objetivo general

Definir el Plan de Marketing acorde a la organización y estrategia empresarial, sabiendo distinguir las múltiples posibilidades y variables

2. Contenidos formativos

1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING.
 - 1.1. El marketing como filosofía.
 - 1.2. El marketing como función.
 - 1.3. Función en la organización.
 - 1.4. Origen y desarrollo del término marketing.
 - 1.5. El Marketing en el presente y futuro.
 - 1.6. El Marketing como actividad empresarial.
 - 1.7. El Mercado.
2. EL DEPARTAMENTO DE MARKETING.
 - 2.1. Evolución.
 - 2.2. Organización.
 - 2.3. Estructura.
 - 2.4. Actividades.
 - 2.5. El Responsable de marketing.
 - 2.6. El Responsable de producto.
 - 2.7. El Responsable de investigación.
 - 2.8. El Responsable de publicidad.
 - 2.9. El Responsable de ventas.
3. EL PLAN DE MARKETING.
 - 3.1. Introducción.
 - 3.2. La planificación estratégica de marketing.
 - 3.3. Ventajas de la planificación de marketing.
 - 3.4. El proceso de planificación.
 - 3.5. Concepto de Plan de Marketing operativo.

- 3.6. Características del plan de marketing.
- 3.7. Posible organización del departamento de marketing.
- 3.8. Análisis previo de la situación.
- 3.9. Elaboración del plan de marketing.
4. CLASIFICACIONES DEL MARKETING.
 - 4.1. Según la institución a la que se dirige.
 - 4.2. En función del objetivo que pretende conseguir.
 - 4.3. Otras denominaciones.
5. ESTRATEGIAS DE MARKETING Y MIX DE MARKETING.
 - 5.1. Introducción.
 - 5.2. Tipos de estrategias.
 - 5.3. Estrategias del mix de marketing.
 - 5.4. Programas de marketing.
 - 5.5. Valoración de las estrategias de marketing.
6. LAS VARIABLES DEL MARKETING.
 - 6.1. Política de producto.
 - 6.2. Política de precios.
 - 6.3. Política de distribución.
 - 6.4. Política de comunicación.