



El Marketing en la Empresa: Estrategia, Herramientas y Planes para el Éxito



Nº Acción: D.06.04

Área Formativa: Marketing

Modalidad: Distancia

Duración: 70 horas

Destinatarios: Directivos, mandos intermedios y personal del área medioambiental.

Requisitos: Titulación universitaria o experiencia profesional equivalente

Objetivos

Preparar al alumno para:

1. Conocer las principales variables que determinan la actividad de marketing.
2. Implantar un plan de marketing adaptado a las necesidades específicas de cada empresa.
3. Adquirir una filosofía de marketing para aplicar en todas las áreas de la empresa.

Temario

1. Una visión global de la actividad de marketing: los elementos clave del éxito
2. El marketing en acción. Su implantación en la empresa
3. Marketing estratégico
4. Las variables producto y precio en el marketing-mix
5. Las variables distribución y comunicación en el marketing-mix
6. El plan de marketing

