

ACCIÓN FORMATIVA:	MARKETING
CATEGORÍA:	MARKETING
MODALIDAD	TELEFORMACIÓN
DURACIÓN:	200 HORAS

DESCRIPCIÓN

El conocimiento de un área tan amplia y rica como lo es el Marketing requiere tanto de una serie de fundamentos teóricos como de una serie de aplicaciones prácticas. Esta ciencia y técnica moderna se fundamenta en un contenido económico, pero también posee una amplia parte psicossociológica, ya que aquel al cual pretende atender el marketing es al ahombre, con sus necesidades a satisfacer mediante productos útiles, diseñados, producidos y comercializados a tal efecto por las empresas en particular (o cualquier otro tipo de organizaciones en general). El análisis del comportamiento de los consumidores y el estudio de los mercados servirán de base a las políticas de producto, de precios, de distribución y de comunicación puestas en práctica por las empresas en situaciones cada vez más competitivas y globales, y todo ello como un elemento básico en el marco de la economía de mercado y en una sociedad que busca el bienestar

OBJETIVOS

Que conozca los conceptos básicos de la disciplina del marketing, para que puedan desarrollar una formación suficientemente amplia

CONTENIDO DEL CURSO

1. INTRODUCCIÓN
2. ESTRATEGIAS DEL MARKETING
3. EL MERCADO
4. EL SISTEMA DE INFORMACIÓN Y LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL
5. EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
6. INSTRUMENTOS BÁSICOS DEL MARKETING: LAS "4P"
7. MARKETING EN INTERNET
8. MARKETING ECOLÓGICO Y SOCIAL
9. MARKETING INTERNACIONAL
10. EL PLAN DE MARKETING