INESEM BUSINESS SCHOOL

Financiación 100% sin intereses

Curso Superior en **Dirección y Gestión de Planes de Marketing**

Precio: 310 €
Modalidad: Online
Duración: 150 h

Titulación expedida por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales (INESEM)

DESCRIPCIÓN

Formación superior que enseña a dirigir y a gestionar los distintos planes de marketing, estrategias de desarrollo y sistemas de publicidad para PYMES, en el ámbito profesional.

OBJETIVOS

Aportar al alumno de un modo rápido y sencillo todo aquello que requiere conocer para llevar a cabo estudios de viabilidad de mercado, así como para elaborar y gestionar un plan de marketing para una empresa concreta.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

El curso está dirigido a profesionales del área del marketing y de las ventas que busquen ampliar sus habilidades y conocimientos. A personas con responsabilidades en pequeñas y medianas empresas (PYMES) que busquen potenciar sus estrategias de venta, distribución, publicidad, etc. También a aquellas personas que sin experiencia previa, quieran encaminarse profesionalmente hacia el mundo del marketing.

PARA QUÉ TE PREPARA

Este curso proporciona todos los conocimientos prácticos necesarios para desarrollarse profesionalmente en el mundo del marketing y las ventas. Con numerosos ejemplos del mercado español, y especialmente, de pequeñas y medianas empresas (PYMES).

SALIDAS LABORALES

Marketing

Más información en: **www.inesem.es**
(+34) 958 050 205 | Fax: 958050245 | formacion@inesem.es

CAMPUS VIRTUAL

El campus Instituto Europeo de Estudios Empresariales es el espacio a través del cual nuestros/as alumnos/as pueden acceder a los cursos online en los que están matriculados. Para ello sólo tienen que introducir su nombre de usuario y contraseña en el área "Acceso al Campus".

¿QUÉ PUEDES HACER EN EL CAMPUS?

· Consultar la oferta formativa completa de Instituto Europeo de Estudios Empresariales.
· Matricularte en un curso.
· Solicitar información sin compromiso sobre cualquier curso.
· Conocer la metodología a seguir para la realización de un curso online antes de acceder por primera vez al aula virtual.
· Descargar el manual del alumno gratuitamente y conocer las utilidades y herramientas del aula virtual.
· Contactar con los responsables del campus y realizar consultas.

SECRETARIA VIRTUAL

Un lugar desde el cual gestionar tus tareas administrativas con INESEM. Conocer la situación de tus matrículas, gestión documental y revisar el estado de tus envíos pendientes

REVISTA DIGITAL

Accede a una serie de publicaciones con la idea de generar y compartir conocimiento, así como la doble finalidad de ser formativa gracias a la conjugación de píldoras formativas y noticias de interés

COMUNIDAD INESEM

Un espacio de encuentro en el que fomentar un aprendizaje que conlleve un desarrollo profesional. En dicha comunidad se encontrará tanto con nuestros antiguos alumnos como con profesionales que ayuden a la transmisión de conocimiento.

Como microespacio Web 2.0 posee un gran valor educativo y formativo, ya que en él confluye alumnado y profesorado bien especializados en las distintas áres fromativas, configurando un espacio pluridisciplinal, en le que la información fluye como preámbulo del proceso de construcción compartida del conocimiento, mediante foros, grupos y blog institucionales

Metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del **Campus Virtual**. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. También contará con manuales que le servirán como apoyo para completar su formación, materiales con una clara vocación práctica. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro **equipo docente** y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la **Secretaría Virtual**, y de un lugar de encuentro, **Comunidad INESEM**, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

¿Estás buscando prácticas en empresas? ¿Te gustaría adquirir experiencia profesional?

Mediante el Instituto Europeo de Estudios Empresariales lo conseguirás fácilmente. Busca y encuentra la mayor oferta de empleo y prácticas que más se adapta a ti.

Emprende tu carrera profesional y accede a tu primer empleo sin experiencia. Mediante nuestra Bolsa de Prácticas conseguirás becas para realizar prácticas en empresas de forma rápida y eficiente. Impulsa tu carrera profesional trabajando en empresas de gran proyección nacional e internacional.

¿Quieres ser competitivo en el mercado laboral y garantizar tu éxito profesional?

Bolsa de Prácticas trabaja para que lo consigas.
Si necesitas ganar experiencia en tu sector aquí podrás encontrar las ofertas de trabajo que estás buscando, ya que disponemos de una bolsa de prácticas activa y actualizada, donde cada día surgen nuevas oportunidades de empleo. Bolsa de Prácticas te abre las puertas hacia tu futuro laboral.

Servicio de orientación para el desarrollo y planificación de carrera

Nuestro objetivo es el asesoramiento para el desarrollo de tu carrera profesional. Pretendemos capacitar a nuestros alumnos para su adecuada adaptación al mercado de trabajo facilitándole su integración en el mismo.

Somos el aliado ideal para tu crecimiento profesional, aportando las capacidades necesarias con las que afrontar los desafíos que se presenten en tu vida laboral y alcanzar el éxito profesional

Más información en: **www.inesem.es**
(+34) 958 050 205 | Fax: 958050245 | formacion@inesem.es

PROFESORADO Y SERVICIO DE TUTORÍAS

Nuestro centro tiene su sede en el "Centro de Empresas Granada", un moderno complejo empresarial situado en uno de los centros de negocios con mayor proyección de Andalucía Oriental.

Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar in-

Podrá hacerlo de las siguientes formas:

Por e-mail: El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

Por teléfono: Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor (de forma GRATUITA a través de una linea de teléfono fija con tarifa plana).

Por Skype: El alumno podrá contactar de forma GRATUITA con su tutor utilizando el programa Skype.

Utilizando el Campus Virtual: Los alumnos que se matriculen en un Programa Formativo Online pueden con tactar con el equipo de tutores a través de las herramientas de la Plataforma E-Learning (chat, foros, buzón de trabajo, ...).

INESEM BUSINESS SCHOOL

Financiación 100% sin intereses

Curso Superior en **Dirección y Gestión de Planes de Marketing**

TEMA 1. EL PAPEL DEL MARKETING EN EL SISTEMA ECONÓMICO

- Evolución del concepto y contenido del marketing: El intercambio como criterio de demarcación del alcance del marketing
- La función del marketing en el sistema económico
- El marketing como filosofía o cultura empresarial: Evolución del papel del marketing dentro de la empresa.
- Las tendencias actuales del marketing
- El marketing y la dirección estratégica: Las funciones del marketing estratégico y marketing operativo

TEMA 2. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL MERCADO RELEVANTE

- El entorno de las Organizaciones
- El mercado: Concepto y delimitación
- El mercado de bienes de consumo
- El mercado industrial
- El mercado de servicios

TEMA 3. EL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES Y DE LAS ORGANIZACIONES

- El estudio del comportamiento de compra: Características, alcance e interrelaciones con otras disciplinas
- Los condicionantes del comportamiento de compra de los consumidores
- Tipos de comportamiento de compra y etapas en el proceso de compra en los mercados de consumo
- El comportamiento de compra de las organizaciones: condicionantes, tipos de comportamiento y etapas en el proceso de compra industrial

TEMA 4. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

- Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las segmentaciones
- Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales. Requisitos para una segmentación eficaz
- Las estrategias de cobertura del mercado
- Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

TEMA 5. EL ATRACTIVO DEL MERCADO Y DE LOS SEGMENTOS: ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA

- El análisis de la demanda. Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda
- Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes
- Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de marca
- Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

TEMA 6. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y EL MARKETING

- Los componentes de un sistema de información de marketing
- Concepto, objetivos y aplicaciones de la investigación de mercados
- Metodología para la realización de un estudio de investigación de mercados

TEMA 7. LAS DECISIONES SOBRE PRODUCTOS

- El concepto de producto. Los atributos formales del producto: La marca, el encase y la etiqueta
- Las estrategias de diferenciación y de posicionamiento del producto
- El proceso de diseño y desarrollo de nuevos productos
- El ciclo de vida del producto
- Los modelos de análisis de la cartera de productos
- Estrategias de crecimiento que pueden seguir las empresas

TEMA 8. LAS DECISIONES SOBRE DISTRIBUCIÓN

- El canal de distribución: concepto, utilidades e importancia
- Los componentes del canal de distribución. Funciones
- El diseño del canal de distribución: Factores condicionantes, longitud e intensidad
- Una clasificación de las formas comerciales
- El merchandising

TEMA 9. LAS DECISIONES SOBRE PRECIOS

- El precio como instrumento de las decisiones comerciales: concepto e importancia
- Los factores condicionantes en la decisión de la fijación de precios
- Los procedimientos de fijación de precios: Métodos basados en los costes, en la competencia y en la demanda
- Las estrategias de fijación de precios

TEMA 10. LAS DECISIONES SOBRE COMUNICACIÓN

- La comunicación comercial: concepto e importancia
- Los factores condicionantes de la estrategia y del mix de comunicación comercial
- El mix de comunicación comercial. La venta personal, la publicidad, las relaciones públicas, la promoción de ventas y el marketing directo
- La comunicación global de la empresa: La imagen corporativa

TEMA 11. EL DISEÑO, EJECUCIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING

- El plan de Marketing: Concepto, utilidad y horizonte temporal
- El diseño del plan de marketing: Principales etapas
- La ejecución y control del plan de marketing. Tipos de control

TEMA 12. PROYECTO FINAL. ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING