

GUÍA DEL CURSO



EXPERTO EN MARKETING ESTRATÉGICO Y PLAN DE MARKETING

SEFE136





ONLINE



Tutor personal



300 Horas



Posibilidad **Estancias
Formativas**



Pago a plazos



De ~~640€~~ a **320€**



Metodología

En SEFHOR – Sociedad Española de Formación apostamos por un método de estudio alternativo a la metodología tradicional. En nuestra escuela de negocios es el propio alumno el encargado de organizar y establecer su plan de estudio. Este sistema le permitirá conciliar su vida laboral y familiar con la proyección de su carrera profesional.



Tutor

A lo largo de la titulación, el alumno contará con un tutor que le ofrecerá atención personalizada y un seguimiento constante de sus estudios. El estudiante siempre podrá acudir a su tutor vía correo electrónico para resolver cualquier tipo de duda, ya sea sobre el material formativo, la planificación de los estudios o referente a gestiones y trámites académicos.



Certificación

Una vez el alumno haya finalizado la formación y superado con éxito las pruebas finales, el estudiante recibirá un diploma expedido por SEFHOR – Sociedad Española de Formación que certifica que ha cursado el “**EXPERTO EN MARKETING ESTRATÉGICO Y PLAN DE MARKETING**”. El título está avalado por nuestra condición de socios de la Confederación Española de Empresas de Formación (CECAP). Además, nuestra institución educativa cuenta con el Sello Cum Laude de Emagister, distinción que nos concede el portal líder en formación gracias a las opiniones de nuestros estudiantes.



Modalidad de estudio

La titulación puede cursarse en modalidad **ONLINE**. Una vez realizada la matrícula, el alumno recibirá un e-mail de bienvenida de su tutor con las claves de acceso al campus virtual. En él, el estudiante encontrará el material didáctico necesario para realizar la formación y tendrá distintas pruebas de autoevaluación que le ayudarán a prepararse para el examen final. Dentro del plazo de un año desde el momento de su matrícula, el estudiante podrá elegir la fecha para presentarse al examen.



TEMARIO

MÓDULO 1. CONCEPTO DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONCEPTOS ENCADENADOS DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 3. NECESIDADES Y ACTIVIDADES, RECURSOS, PLAN Y TRANSACCIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL MARKETING-MIX

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL PLAN DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 6. IMPORTANCIA DEL MARKETING

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 2. DETERMINANTES DEL MARKETING I: CONSUMIDOR Y COMPRADOR

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL CONSUMIDOR

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL COMPRADOR

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 3. DETERMINANTES DEL MARKETING II: DEMANDA, MERCADO, COMPETENCIA, MARCO SOCIO-ECONÓMICO Y EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA DEMANDA

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MERCADO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA COMPETENCIA

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL MARCO SOCIO-ECONÓMICO

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA EMPRESA

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 4. ESTRATEGIAS DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONCEPTO DE MARKETING ESTRATÉGICO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL ANÁLISIS COMPETITIVO

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL ANÁLISIS DAFO

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LAS LEYES DEL MARKETING

Resumen

Autoevaluación

Solucionario

MÓDULO 5. MARKETING DIRECTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL MARKETING DIRECTO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. BUZONEO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TELEMARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 4. E-MAIL MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTERNET Y EL MARKETING

Resumen

Autoevaluación

Solucionario