

## **PROGRAMA DEL CURSO**

### **ESTRATEGIA EN MARKETING Y PLAN COMERCIAL PARA EMPRENDEDORES**

*(Presencial 6 horas/Teleformación 36 horas)*

#### **Presencial**

- Unidad 1
  - El Plan de marketing
  - Desarrollo de un Plan de marketing: Etapas
- Unidad 2
  - El análisis de mercado
  - El cliente y la competencia

#### **Teleformación**

##### UNIDAD 1. ESTRATEGIA Y PLAN DE MARKETING

1. El marketing
2. El Plan de Marketing
3. Desarrollo de un Plan de Marketing: etapas

##### UNIDAD 2. MERCADO, CLIENTE Y COMPETENCIA

1. El Mercado: un encuentro entre la oferta y la demanda
2. El análisis del mercado
3. Segmentación del mercado y la determinación del público objetivo
4. Proceso y tipos de investigación de mercado
5. El cliente y la competencia

##### UNIDAD 3. MARKETING MIX

1. Definición
2. El producto
3. El precio
4. La distribución
5. La comunicación

##### UNIDAD 4. SOLUCIONES DE COMERCIALIZACIÓN

1. Concepto de planificación comercial estratégica
2. Formulación de la estrategia comercial
3. Definición de los objetivos
4. ¿Cómo vender nuestro producto o servicio?
5. Evaluación de la estrategia comercial
6. Organización e implantación de la estrategia comercial
7. Control de estrategia comercial

##### UNIDAD 5. PREVISIONES DE VENTAS

1. La previsión en las áreas funcionales de la empresa
2. Factores a considerar en la evaluación de las ventas
3. Variables de la previsión de ventas
4. Métodos de previsión en marketing:
5. Conclusiones