

CURSO

TÉCNICAS DE MARKETING

20 Horas



OBJETIVOS

El objetivo general del presente curso consiste en describir las diferentes disciplinas de que consta el corpus completo del marketing, de manera que el alumno distinga entre las diferentes herramientas marketinianas para poder así combinarlas hasta conseguir resultados.

Como quiera que el marketing actual resulta muy extenso, este curso podrá, además, ayudar al alumno a elegir una especialidad dentro del ámbito general.

Así podrá ubicarse en el marketing propio del sector en el que pretende su aplicación práctica, mediante posteriores cursos de marketing especializados.



CONTENIDOS

- Unidad 1. Condicionantes del marketing
- Unidad 2. Estudio de mercados
- Unidad 3. El mercado
- Unidad 4. Política de productos
- Unidad 5. Política de precios
- Unidad 6. Política de distribución
- Unidad 7. La comunicación
- Unidad 8. Política de comunicación
- Unidad 9. Publicidad
- Unidad 10. El perfil del vendedor
- Unidad 11. La venta como proceso
- Unidad 12. Tipología de la venta
- Unidad 13. Técnicas de ventas
- Unidad 14. Estrategia de ventas

