

HERRAMIENTAS DE LA GESTIÓN COMERCIAL Y MARKETING

1. EL PLAN DE MARKETING COMO HERRAMIENTA DE GESTION
 - 1.1. Introducción al Marketing
 - 1.2. El Plan estratégico de Marketing en la empresa: objetivos, fases, implementación.
 - 1.3. Seguimiento y control del Plan de Marketing.
 - 1.4. Políticas de Marketing.
 - 1.5. Estrategias de Marketing.
2. LA GESTIÓN COMERCIAL
 - 2.1. Investigación y estudio de mercados y su segmentación.
 - 2.2. Logística Comercial.
 - 2.3. Control y gestión presupuestaria.
 - 2.4. La oferta comercial.
 - 2.5. Política de productos.
 - 2.6. El departamento comercial.
3. PLANIFICACION Y DESARROLLO DE EVENTOS Y ACTOS COMERCIALES.
 - 3.1. Organización y planificación de eventos
 - 3.2. Definición, difusión y desarrollo de los eventos de una organización.
 - 3.3. Identidad gráfica de los eventos.
 - 3.4. Protocolo de empresa
 - 3.5. Participación en eventos extranjeros e internacionales.
 - 3.6. Evaluación de eventos.
4. LA COMUNICACIÓN EN MARKETING
 - 4.1. Estrategias y herramientas
 - 4.2. Hablar en público.