



## Fundamentos del Marketing Mix aplicado



Teleformación



30 Horas



100%  
Subvencionado

En este curso conocerás el marketing a través de la actividad económica además de analizar a fondo la política de los cuatro factores fundamentales del marketing mix.

*“Learn different, learn with us.”*



Identificar los elementos del marketing mix aplicándolo a la actividad económica de la empresa, escrutando los aspectos internos de la empresa y aprendiendo a analizar las variables que pueden aportar dicha información: los productos, los precios, la logística y la distribución y la comunicación del producto.



## Contenidos :

### 1. EL MARKETING EN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

1.1. Concepto. 1.2. Naturaleza y alcance del marketing. 1.3. El marketing en los distintos sistemas económicos. 1.4. Determinantes y políticas. "Marketing-mix". 1.5. Teorema del beneficio inducido.

### 2. EL ANÁLISIS DE LOS DETERMINANTES

2.1. El consumidor: Factores influyentes. 2.2. Las necesidades. 2.3. Tesis de A. Maslow. 2.4. El mercado. 2.5. Segmentación. 2.6. Demanda y competencia. 2.7. El marco económico y social. 2.8. El marco legal.

### 3. POLÍTICA DE PRODUCTOS

3.1. Concepto básico. 3.2. Componentes. 3.3. Factores que definen la política de producto. 3.4. Herramientas para el análisis y planificación. 3.5. Los nuevos productos. 3.6. Desarrollo y lanzamiento. 3.7. El ciclo de vida y los modelos de portafolio.

### 4. POLÍTICA DE PRECIOS CONCEPTUALIZACIÓN Y FUNCIONES.

4.1. Objetivos estratégicos. 4.2. Factores influyentes. 4.3. Métodos de fijación: Costes relevantes en la fijación de precios. 4.4. Competencia. 4.5. Consumidor. 4.6. Análisis de precios. 4.7. Estrategias de precios. 4.8. Aplicaciones.

### 5. POLÍTICAS DE DISTRIBUCIÓN LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN.

5.1. La distribución comercial: concepto. 5.2. Funciones. 5.3. Objetivos. 5.4. Circuitos y canales de distribución. 5.5. Estrategias de distribución. 5.6. Sistemas y tipos de distribución. 5.7. Estructura comercial española: Comercio interior y estructuras comerciales. 5.8. Comercio mayorista y minorista. 5.9. Funciones específicas de la distribución. 5.10. Tipología y formas de organización comercial. 5.11. Costes de distribución. 5.12. Tendencias actuales. 5.13. Nuevo desarrollo de la distribución. 5.14. Asociacionismo.

### 6. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

6.1. Concepto y elementos. 6.2. Tipología. 6.3. Políticas de comunicación. 6.4. El proceso de comunicación publicitaria. 6.5. Principales agentes y empresas. 6.6. El "Briefing", finalidad, estructura y elementos que lo componen. 6.7. La estrategia de comunicación: elementos. 6.8. Plan de medios y cotización. 6.9. Medidas de efectividad. 6.10. Rentabilidad de la inversión publicitaria.



## Requisitos para realizar el Curso

El curso está 100% subvencionado (gratuito) para trabajadores del sector consultoría, estudios de mercado y opinión pública, ingeniería y oficinas de estudios técnicos, trabajo temporal y desempleados.

Tendrás preferencia en la inscripción del curso si cumples uno de estos requisitos: mujeres, hombres mayores de 45 años, trabajadores de pequeñas y medianas empresas, trabajadores a tiempo parcial o con contrato temporal, etc.

Realizando con éxito el curso, conseguirás un **diploma** acreditativo de la realización del curso.

¡Contacta con nosotros y te informaremos!



956 326 308



654 782 197



[ieuroconsulting@ieuroconsulting.com](mailto:ieuroconsulting@ieuroconsulting.com)