

ELABORACION E IMPLEMENTACION PLAN MARKETING

Descripción

El participante aprenderá cómo diseñar un plan de marketing tras hacer una investigación de mercado y un análisis del consumidor para conocer sus necesidades.

Así pues, sabrá hacer segmentaciones de mercado, estudiar los canales de distribución, conocer el volumen de producción y adaptar el presupuesto a un plan de publicidad adecuado. Esto le ayudará a crear y gestionar el valor de la marca y a aplicar técnicas de comunicación concretas.

Con estos conocimientos, sabrá cómo trabajar en los distintos sistemas de información y tener en cuenta las condiciones económicas y comunicativas que influyen en el proceso.

Objetivos

- Conocer la aplicación correcta de un plan de marketing
- Identificar las partes esenciales de un plan de marketing

Audiencia: todos los públicos

Prerrequisitos: no se requiere conocimientos previos

Horas: 30

Tutor: Pablo Santiago



Cámara Oficial de Comercio
de España en El Salvador



Contenido

1. Plan de Marketing

El Plan de Marketing

Etapas del Plan de Marketing

Implementación del plan de Marketing

Como vender un producto a un cliente - Jürgen Klaric URL

Innovación y marketing según Steve Jobs URL

Caso Práctico: Plan de Marketing Tarea Autoevaluación

2. El comportamiento del consumidor

Cómo vender una marca Neuromarketing - Jürgen Klaric URL

Caso Práctico: Comportamiento del consumidor Tarea

Autoevaluación.

3. Benchmarking

Aplicación del Benchmarking

Benchmarking para tu negocio URL

Benchmarking: ejemplos de análisis para la mejora de la competitividad URL

Autoevaluación.

Estudio de Caso 1 - Masterclass Elaboración de un plan de Marketing Autoevaluación

Estudio de Caso 2 - Masterclass Implementación de un plan de Marketing

Autoevaluación.

Evaluación FINAL