

EL PLAN DE MARKETING EN LA PRÁCTICA

GLOBAL_
THINKING
GLOBAL LEADERS_

SEMINARIO PROFESIONAL – 24 h.

FORMATO: Presencial/On-line

ÁREA: Marketing

OBJETIVOS

- » Estructurar el conocimiento del marketing para realizar un Plan de Marketing.
- » Trasladar formación y reflexión en cada una de las áreas de realización del PM.
- » Entrenar a profesionales en la visión de negocios con enfoque a valor y a resultados.

PROGRAMA - FASES

- » Filosofía del Plan de Marketing.
- » Propuestas de áreas a investigar y sobre la que aplicar los conocimientos.
- » Área estratégica del PM.
- » Operativa de marketing.

METODOLOGÍA

PRESENCIAL:

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

ON LINE:

- » Aula Virtual ESIC.
- » Documentación adaptada HTML.
- » Prework + postwork.
- » Recursos audiovisuales (soporte lighthboard).
- » Foros de debate / Social Media.
- » Webinars / tutorías.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Dirigido a Directores de Marketing y Ventas, Brand Managers, Jefes de Producto.

**Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*