

PROGRAMA ESPECIALIZADO – 60 h.

FORMATO: Presencial

ÁREA: Marketing

OBJETIVOS

- » Proporcionar los conocimientos y las habilidades necesarias que permitan mediante la aplicación de las herramientas y mejores prácticas, comprender cómo las decisiones en las funciones del Marketing Logístico afectan a la satisfacción de las diferentes necesidades del cliente, a la mejora y a la eficiencia en las organizaciones.

PROGRAMA - FASES

- » Marketing y Logística.
- » Compras y Aprovisionamientos.
- » Tecnología aplicada al Marketing Logístico.
- » Gestión de Stocks.
- » Marketing Retail.
- » Logística y Distribución.
- » Distribución Comercial.

METODOLOGÍA

PRESENCIAL:

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

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Directores Generales, Gerentes de PYMES.
- » Directores, Responsables Comerciales y de Marketing.
- » Directores, Responsables de Logística y Supply Chain.
- » Mandos Intermedios, Técnicos y Profesionales de las actividades que se desarrollan en las áreas de Comercial, Marketing, Logística y Supply Chain.
- » Profesionales que deseen ampliar y actualizar sus conocimientos y habilidades o que necesitan conocer el impacto de las decisiones del Marketing Logístico en el rendimiento de las organizaciones.

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