

MARKETING, LUEGO EXISTO. FUNDAMENTOS IMPRESCINDIBLES DE MARKETING

GLOBAL_
THINKING
GLOBAL LEADERS_

SEMINARIO PROFESIONAL – 16 h.

FORMATO: Presencial

ÁREA: Marketing

OBJETIVOS

- » Identificar las diferencias entre el marketing estratégico y el marketing operative.
- » Conocer la estructura de un plan de marketing.
- » Definir los conceptos que cualquier profesional de la empresa debe conocer: misión, visión, valores, objetivos, estrategias, tácticas, posicionamiento, segmentación, imagen de marca, identidad de marca...
- » Experimentar, por medio de casos reales de empresas que todos conocemos, ejemplos de éxito de diferentes estrategias y tácticas de marketing (producto, precio, comunicación, distribución. RRPP, licencias de marca, B2B...).

PROGRAMA - FASES

- » Concepto de Marketing.
- » El Marketing Estratégico.
- » El Marketing Operativo.
- » Casos Prácticos.

METODOLOGÍA

PRESENCIAL:

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

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Profesionales que no tienen conocimientos específicos de marketing y quieren conocer por qué es una función estratégica en la empresa. Profesionales que colaboren con el departamento de Marketing y quieran afianzar conceptos.

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