

PLAN DE MARKETING



DURACIÓN
155 horas



LUGAR / CONTACTO
Torrent _ C/Tirant lo Blanc, 26
961571010
M^a Jesús Pons
info@betaformacion.com



DIRIGIDO A
Jóvenes, beneficiarios del Sistema Nacional de Garantía Juvenil que buscan adquirir las habilidades necesarias para desempeñar las tareas de dependiente



OBJETIVOS

- Asistir en la definición y seguimiento de las Políticas y Plan de Marketing.



METODOLOGÍA

A lo largo de esta acción formativa se empleará una metodología participativa y colaborativa y constructivista, basada en los siguientes principios metodológicos:

- 1.- Orientada al empleo
- 2.- Socializadora
- 3.- Significativa
- 4.- Abierta y flexible
- 5.- Gamificada
- 6.- Vivencial

Los principios metodológicos descritos, van a dirigir nuestra metodología específica: Learning by doing. Esta metodología propone una enseñanza basada en la acción. Para ello, se realizan simulaciones en el aula empleando el material específico que aportamos. De este modo, acercamos a los participantes a la realidad del puesto que van a cubrir convirtiéndolos en aprendices activos y, por consiguiente, en protagonistas de su propio aprendizaje.



PRECIO
Gratuito



TITULACIÓN OBTENIDA

- Diploma acreditativo PLAN DE MARKETING.

Programa

Módulo 0. FORMACIÓN COMÚN

EMPLEABILIDAD Y HABILIDADES SOCIALES (40 h)

Módulo 1. Habilidades personales

Módulo 2. Habilidades sociales

Módulo 3. Habilidades para la empleabilidad

HERRAMIENTAS SOCIAL MEDIA PARA LA BÚSQUEDA DE EMPLEO (25 h)

Módulo 1. Desarrollo de la Marca Personal para el empleo y redes de contacto

Módulo 2. Habilidades mínimas para la búsqueda de empleo en Internet

Módulo 3. Taller redes sociales y empleo

Módulo 4. Taller Vídeo Currículum y Vídeo Conferencia

Módulo 5. Taller simulación proceso de selección a través de herramientas social media

Módulo I. FORMACIÓN ESPECÍFICA. (90h)

1. PLANIFICACIÓN DE MARKETING.

1. Concepto y contenido del marketing.
2. Estrategias y tipos de marketing.
3. Marketing mix.
4. Elaboración del plan de marketing.
5. Análisis DAFO y estrategias de marketing.

2. POLÍTICA DE PRODUCTO.

1. Definición de la política de producto.
2. Atributos y características de productos y servicios de la empresa.

3. Concepto de gama y línea de productos.
4. La cartera de productos
5. La teoría del ciclo de vida del producto (CVP) y su aplicación al marketing.
6. Mapas de posicionamiento.
7. Matriz BCG y creación de nuevos productos.
8. Análisis del envase y de la marca como elementos diferenciadores.
9. Elaboración de informes sobre producto.

3. POLÍTICA DE PRECIOS.

1. Definición de la política de precios.
2. Características y variables de decisión.
3. Concepto de elasticidad de precio.
4. Normativa vigente en materia de precios.
5. Métodos para la determinación de los precios
6. Cálculo del punto muerto.
7. Estrategias comerciales en la política de precios.
8. Elaboración de informes sobre precios.

4. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN.

1. Definición de la política de distribución.
2. Canales y fórmulas de distribución.
3. Estrategias en la política de distribución.
4. Relaciones con la red y puntos de ventas.



Programa

5. Marketing en la distribución.
6. Comercialización «on line» de productos y servicios.
7. Elaboración de informes sobre distribución.

5. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

1. Definición de la política de comunicación en la empresa.
2. Tipos de comunicación en la empresa.
3. El mix de comunicación: tipos y formas.
4. Medios de comunicación.
5. Elaboración del briefing de productos, servicios o marcas

