



El objetivo principal de este curso de Responsable de Marketing es facilitar la comprensión de los conceptos y estrategias más importantes del Marketing. El conocimiento de estos conceptos servirá al estudiante para entender mejor este ámbito profesional y ver la importancia que tiene en cualquier estructura empresarial.

El Marketing se puede definir como una filosofía o forma de realizar negocios a partir de la satisfacción de necesidades y requerimientos de los consumidores. Tiene como objetivo primordial generar valor para los dueños del negocio (socios o accionistas) y para los consumidores, y forma parte inherente de la estrategia de negocios de la empresa.

El Marketing en cualquier empresa, sea pequeña o grande, va desde plantearse objetivos a corto y largo plazo, realizar un análisis de la realidad interna y externa, delimitar bien al mercado y saber cómo se quiere ser percibido. A partir de aquí se desarrollan estrategias de trabajo.

Este curso está pensado para ofrecer una base

teórica, y además pretende incentivar el aprendizaje mediante ejercicios y casos prácticos: está creado con la intención de ser didáctico, sencillo y fácil de trabajar.

Objetivos

- Identificar la planificación y la organización de la empresa.
- Comprender los términos y conceptos más importantes del Marketing.
- Entender la importancia y la necesidad del Marketing dentro de una estructura empresarial.
- Utilizar las nuevas herramientas de trabajo del Marketing dentro del entorno de las nuevas tecnologías.

A quién va dirigido

Este curso está pensado y preparado para que cualquier persona que trabaje en una estructura empresarial y tiene inquietudes por conocer el Marketing, pueda satisfacerlas. Puede ayudar a la consecución de los objetivos del curso el hecho de tener conocimientos y experiencia previa en Marketing.



- Diferencias entre el Marketing tradicional y el Marketing actual.

Programa

La Empresa y el entorno jurídico

Unidad 1. Concepto de empresa

Unidad 2. Formas jurídicas de la empresa

Unidad 3. Conceptos fundamentales de las relaciones laborales

Unidad 4. El sistema fiscal español

El marketing

Unidad 1. Conceptos básicos del marketing

Unidad 2. El Marketing analítico: Análisis interno de la empresa

Unidad 3. El marketing analítico: Análisis externo e investigación de mercados

Unidad 4. El marketing estratégico: decisiones de marketing estratégico

Unidad 5. Política de Producto

Unidad 6. Política de precio

Unidad 7. Política de distribución

Unidad 8. Política de Comunicación

Plan de estudios

La empresa y el entorno jurídico

Para que la empresa alcance sus objetivos y obtenga los resultados esperados, es necesario planificar y organizar con anterioridad el camino o estrategia a seguir. Ello es tarea de la administración empresarial, que estudiaremos en este módulo junto con los diferentes elementos y tipos de empresa que hoy en día existen.

El Marketing

Este módulo tiene la intención de proporcionar al estudiante los conceptos más importantes de la ciencia del marketing, tanto en casos prácticos como teóricos, y entender la importancia que adquiere en cualquier estructura empresarial. Internet, el análisis de mercados y las políticas de producto son algunas de las materias que estudiaremos.

Temporalización

	Horas Lectivas	Meses	Créditos ECTS
Introducción al Campus Virtual	-	0,5	0
La empresa y el entorno jurídico	50	2	2
El marketing	150	4,5	6
TOTAL	200	7	8