Plan de Marketing Empresarial

UD1. Planificación de Marketing.

1.1. Concepto y contenido del Marketing.
1.2. Estrategias y tipos de marketing.
1.3. Marketing Mix.
1.4. Elaboración del Plan de Marketing.
1.5. Análisis DAFO y estrategias de Marketing.

UD2. Política de producto.

2.1. Definición de la política de producto.
2.2. Atributos y características de productos y servicios de la empresa.
2.3. Concepto de gama y línea de productos.
2.4. La teoría del ciclo de vida del producto (CVP) y su aplicación al Marketing.
2.5. Mapas de posicionamiento.
2.6. Matriz BCG y creación de nuevos productos.
2.7. Análisis del envase y de la marca como elementos diferenciadores.
2.8. Elaboración de informes sobre producto.

UD3. Política de precios.

3.1. Definición de la política de precios.
3.2. Características y variables de decisión.
3.3. Concepto de elasticidad de precio.
3.4. Normativa vigente en materia de precios.
3.5. Métodos para la determinación de los precios.
3.6. Cálculo del punto muerto.
3.7. Estrategias comerciales en la política de precios.
3.8. Elaboración de informes sobre precios.

UD4. Política de distribución.

4.1. Definición de la política de distribución.
4.2. Canales y fórmulas de distribución.
4.3. Estrategias en la política de distribución.
4.4. Relaciones con la red y puntos de ventas.
4.5. Marketing en la distribución.
4.6. Comercialización «on line» de productos y servicios.
4.7. Elaboración de informes sobre distribución.

UD5. Política de comunicación.

5.1. Definición de la política de comunicación en la Empresa.
5.2. Tipos de comunicación en la empresa.
5.3. El Mix de comunicación: tipos y formas.
5.4. Medios de comunicación.
5.5. Elaboración del Briefing de productos, servicios y marcas.