# Marketing para PYMES

**UD1. El Marketing.**

1.1. Introducción.
1.2. Principios y fundamentos del Marketing.
1.3. Conceptos del Marketing.
1.4. Desarrollo del Marketing.

**UD2. Determinantes del Marketing.**

2.1. Introducción.
2.2. El consumidor.
2.3. El comprador.
2.4. La demanda.
2.5. El mercado.
2.6. La competencia.
2.7. La empresa.
2.8. El marco Socio-Económico, el marco Político-Legal, la Coyuntura.

**UD3. Instrumentos del Marketing I.**

3.1. Introducción.
3.2. El producto.
3.3. El precio.

**UD4. Instrumentos del Marketing II.**

4.1. La promoción.
4.2. El punto de venta.
4.3. La distribución.
4.4. La comunicación.

**UD5. La dirección de Marketing.**

5.1. Introducción.
5.2. La dirección estratégica de mercado.
5.3. Planificación estratégica.

**UD6. Implantación de los planes operativos y revisión y control de los resultados.**

6.1. Implantación de los planes de operación.
6.2. Revisión y control de resultados.