INESEM

BUSINESS SCHOOL

Curso en Plan de Marketing

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Curso en Plan de Marketing

duración total: 150 horas ***horas teleformación:*** 75 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

Formación superior que enseña a dirigir y a gestionar los distintos planes de marketing, estrategias de desarrollo y sistemas de publicidad para PYMES, en el ámbito profesional.

a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Aportar al alumno de un modo rápido y sencillo todo aquello que requiere conocer para llevar a cabo estudios de viabilidad de mercado, así como para elaborar y gestionar un plan de marketing para una empresa concreta.
- Conocer los instrumentos de actuación comercial.
- Introducir al alumnado en el mundo de la publicidad y su repercusión en las ventas.
- Diseñar un plan de marketing.

para qué te prepara

Este curso proporciona todos los conocimientos prácticos necesarios para desarrollarse profesionalmente en el mundo del marketing y las ventas. Con numerosos ejemplos del mercado español, y especialmente, de pequeñas y medianas empresas (PYMES).

salidas laborales

Técnico de marketing internacional
Directores de Marketing
Organizador de eventos de marketing y comunicación

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).

INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La direccion General — Firma del alumno/a

MARIA MORENO HIDALGO — Sello — NOMBRE DEL ALUMNO/A

forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Digital Product Management'

- Manual teórico 'Plan de marketing para emprendedores: comercialización y previsión de ventas'

profesorado y servicio de tutorías

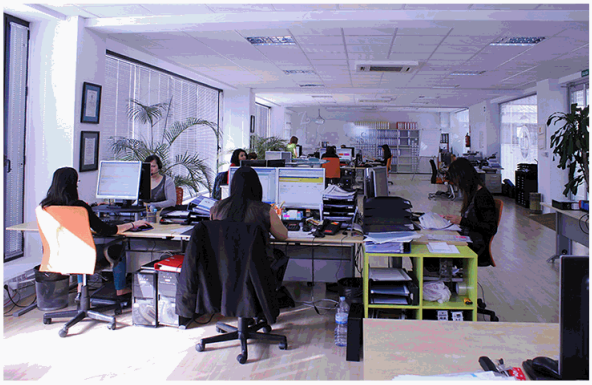
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail**: El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono**: Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual**: El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de inesem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

+ Información Gratis

programa formativo

MÓDULO 1. PLAN DE MARKETING: COMERCIALIZACIÓN Y PREVISIÓN D VENTAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ESTRATEGIA Y PLAN DE MARKETING

1.El Marketing
2.El Plan de Marketing
3.Desarrollo de un Plan de Marketing: Etapas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MERCADO, CLIENTE Y COMPETENCIA

1.El Mercado: un encuentro entre la oferta y la demanda
2.El análisis del mercado
3.Segmentación del mercado y la determinación del público objetivo
4.Proceso y tipos de investigación de mercado
5.El Cliente y la competencia

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARKETING MIX

1.Definición
2.El Producto
3.El Precio
4.La Distribución
5.La Comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SOLUCIONES DE COMERCIALIZACIÓN

1.Concepto de planificación comercial estratégica
2.Formulación de la estrategia comercial
3.Definición de objetivos
4.¿Cómo vender nuestro producto o servicio?
5.Evaluación de la estrategia comercial
6.Organización e implantación de la estrategia comercial
7.Control de la estrategia comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PREVISIONES DE VENTAS

1.La previsión en las áreas funcionales de la empresa
2.Factores a considerar en la evaluación de las ventas
3.Variables de la previsión de ventas
4.Métodos de previsión de ventas de la empresa
5.5.. Conclusiones

MÓDULO 2. DIGITAL PRODUCT MANAGEMENT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL DIGITAL PRODUCT MANAGEMENT

1.Del Product Manager Tradicional al Digital Product Manager
2.Canal de venta online: eCommerce y perfil del consumidor actual
3.Emprendimiento y startups
4.Introducción a las nuevas metodologías

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO DIGITAL

1.Características del producto digital
2.Fases del producto digital
3.Product Roadmap y equipo de trabajo
4.Google Design Sprints
5.MPV: Mínimo Producto Viable
6.Escalabilidad
7.Barrera de entrada y costes de cambio (lock-in)
8.Casos de éxito

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRATEGIA Y MODELO DE NEGOCIO

1.Modelos de negocio online
2.Herramientas para definir el modelo de negocio
3.Estrategias de Michael Porter
4.Herramienta Curva de Valor
5.Estrategia Océano Azul
6.Estrategias de crecimiento Ansoff
7.Integración vertical y horizontal
8.Buyer´s Journey
9.Gorwth Hacking: estrategia de crecimiento
10.Funnel o embudos de conversión: corto y largo

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MODELO DE NEGOCIO LINEAL VS PLATAFORMAS

1.Modelo lineal
2.Modelo de negocio de plataforma
3.Network Effect o Economía de Red
4.Modelo de negocio free
5.Modelo de negocio freemium
6.Casos de éxito

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO DIGITAL

1.Estrategia de producto
2.Estrategia de precio: skimming, penetración, bundles y anclaje
3.Estrategia de distribución: principales canales
4.Estrategia de comunicación: Storybrand y Brandscript

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONSUMIDOR DEL PRODUCTO DIGITAL Y MARKETING

1.Customer Centric
2.Segmentación y principales variables
3.Segmentación ABC
4.Customer persona
5.Mapa de empatía
6.Customer Journey Mapping: touchpoints
7.Experiencia del cliente y NPS
8.Outbound Marketing vs Inbound Marketing
9.Marketing Automation: Lead Nurturing y Lead Scoring

UNIDAD DIDÁCTICA 7. BUSINESS ANALYTICS

1.DAFO: Análisis y estrategias
2.Matriz BCG- Boston Consulting Group
3.OKR: Objetivos y resultados clave
4.TAM, SAM, SOM
5.Métricas para analizar el crecimiento
6.Tipos de motores de crecimiento: de pago, viral y sticky
7.Conversiones: CTR, CRO, Bounce Rate y Exit Rate

+ Información Gratis