



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

COMM055PO FUNDAMENTOS DEL MARKETING MIX APLICADO

Modalidad de realización del curso: [Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

OBJETIVOS

Este Curso COMM055PO FUNDAMENTOS DEL MARKETING MIX APLICADO le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Artes gráficas. Con este CURSO COMM055PO FUNDAMENTOS DEL MARKETING MIX APLICADO el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y identificar los elementos del marketing mix aplicándolo a la actividad económica de la empresa, escrutando los aspectos internos de la empresa y aprendiendo a analizar las variables que pueden aportar dicha información: los productos, los precios, la logística y la distribución y la comunicación del producto.

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL MARKETING EN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

1. Concepto
2. Naturaleza y alcance del marketing
3. El marketing en los distintos sistemas económicos
4. Determinantes y políticas "Marketing-mix"
5. Teorema del beneficio inducido

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ANÁLISIS DE LOS DETERMINANTES

1. El consumidor: Factores influyentes
2. Las necesidades
3. Tesis de A Maslow
4. El mercado
5. Segmentación
6. Demanda y competencia
7. El marco económico y social La cultura y la costumbre
8. El marco legal

UNIDAD DIDÁCTICA 3. POLÍTICA DE PRODUCTOS

1. Concepto básico
2. Componentes
3. Factores que definen la política de producto
4. Herramientas para el análisis y planificación
5. Los nuevos productos
6. Desarrollo y lanzamiento
7. El ciclo de vida y los modelos de portafolio

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICA DE PRECIOS CONCEPTUALIZACIÓN Y FUNCIONES

1. Objetivos estratégicos
2. Factores influyentes
3. Métodos de fijación: Costes relevantes en la fijación de precios
4. Competencia
5. Consumidor
6. Análisis de precios
7. Estrategias de precios
8. Aplicaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POLÍTICAS DE DISTRIBUCIÓN LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN

1. La distribución comercial: concepto
2. Funciones
3. Objetivos
4. Circuitos y canales de distribución
5. Estrategias de distribución
6. Sistemas y tipos de distribución
7. Estructura comercial española: Comercio interior y estructuras comerciales
8. Comercio mayorista y minorista
9. Funciones específicas de la distribución
10. Tipología y formas de organización comercial
11. Costes de distribución
12. Tendencias actuales
13. Nuevo desarrollo de la distribución
14. Asociacionismo e integración

UNIDAD DIDÁCTICA 6. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

1. Concepto y elementos
2. Tipología
3. Políticas de comunicación
4. La publicidad: El proceso de comunicación publicitaria
5. Principales agentes y empresas
6. El "Briefing", finalidad, estructura y elementos que lo componen
7. La estrategia de comunicación: elementos
8. Plan de medios y cotización
9. Medidas de efectividad
10. Rentabilidad de la inversión publicitaria



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es