

LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO

Guía del Curso

Cómo Realizar un Análisis de Marketing

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

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

OBJETIVOS

Marketing o mercadotecnia se entiende como el conjunto de actividades destinadas a lograr con beneficio la satisfacción del consumidor mediante un producto o servicio. Si tenemos en cuenta la importancia que en la actualidad adquieren los hábitos consumistas de la población, entenderemos la gran relevancia que ha tenido, y tiene, el desarrollo del marketing. Con este curso de marketing pretendemos que el alumno aprenda a realizar un análisis de marketing.

CONTENIDOS

MÓDULO 1. CÓMO REALIZAR UN ANÁLISIS DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PAPEL DEL MARKETING EN EL SISTEMA ECONÓMICO Y EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL

1. Evolución del concepto y contenido del marketing: el intercambio como criterio de demarcación del alcance del marketing.
2. La función del marketing en el sistema económico.
3. El marketing como filosofía o cultura empresarial: evolución del papel del marketing dentro de la empresa. Las tendencias actuales en el marketing.
4. Marketing y dirección estratégica.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS (SIM)

1. Definición y funciones del SIM
2. Componentes del SIM
3. Diferencias entre el SIM y la investigación comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO DEL MARKETING

1. El entorno macroeconómico
2. El entorno demográfico
3. El entorno cultural
4. El entorno político
5. El entorno legal
6. El entorno tecnológico
7. El entorno medioambiental

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO DEL MARKETING

1. El mercado
2. Componentes del microentorno



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