

La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



Briefing en el Mundo del Marketing

Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

Objetivos:

- Conocer la importancia del marketing en el sistema económico y en la gestión empresarial.
- Aprender la importancia de la segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones.
- Saber tomar decisiones sobre comunicación comercial.
- Aprender sobre el Briefing de productos y/o marcas en la empresa.
- Conocer los aspectos más importantes sobre la Publicidad.

Contenidos:

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

Evolución del concepto y contenido del marketing: el intercambio como criterio de demarcación del alcance del marketing.

La función del marketing en el sistema económico.

El marketing como filosofía o cultura empresarial: evolución del papel del marketing dentro de la empresa. Las tendencias actuales en el marketing.

Marketing y dirección estratégica.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Importancia de la segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones.

Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales. Requisitos para una segmentación eficaz.

Las estrategias de cobertura del mercado.

Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DECISIONES SOBRE COMUNICACIÓN



La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



La comunicación comercial.
El mix de la comunicación comercial.
La comunicación global de la empresa.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. BRIEFING DE PRODUCTOS Y/O MARCAS EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA.

Concepto y funciones del briefing en el marketing.
Determinación de los objetivos del briefing.
La elección de la estructura del briefing.
Como realizar un briefing
La presentación del briefing.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA PUBLICIDAD

Definición de Publicidad
Procesos de Comunicación Publicitaria
Técnicas de Comunicación Publicitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL CANAL DE COMUNICACIÓN

Concepto y clasificación
Medios Publicitarios
Internet y Publicidad
Animación y Marketing
Telemarketing
Estrategias Publicitarias

