

Curso de Marketing Estratégico

Se trata de un curso muy especial ya que combina una sólida formación en marketing y de forma simultánea el **desarrollo de un proyecto global desde el inicio hasta el final**.

Es el curso más **completo y personal que puedas imaginarte**. Es una visión 360% de lo que es la consultoría estratégica en marketing y ventas.

En este curso, además de la formación teórica, incluyo mi visión desde el punto vista profesional con más de 25 años como directivo de multinacional y emprendedor de éxito en el mundo de la publicidad de una parte y por otra, mi visión como docente en la materia y tener el honor de poder haber tutelado más de 20 proyectos reales de las principales empresas que operan en España.

Objetivos

- Tener una visión global de la Estrategia de empresa independientemente del sector y objetivos a conseguir.
- Conocer las herramientas, técnicas e instrumentos de marketing para iniciar un proceso estratégico desde cero.
- Adquirir una sólida formación en Marketing.
- Saber planificar y ejecutar un Plan Estratégico.
- Que el alumno adquiera conocimientos para el desarrollo de su faceta profesional.
- Aportar una visión actualizada sobre la dirección empresarial y el marketing.
- Servir de herramienta práctica para la gestión estratégica del marketing desde los diferentes instrumentos.

¿A quién va dirigido?

- A toda persona que desee adquirir conocimientos teóricos y prácticos en dirección empresarial y marketing.
- A profesionales que necesiten una experiencia práctica para poder desarrollar su carrera profesional.
- Profesionales que han nacido en un entorno laboral de marketing digital y que necesiten conocer las bases reales del proceso estratégico en la empresa.
- Cualquier tipo de emprendedor, sea el sector que sea, que esté lanzando su propio negocio.

No es necesario titulación universitaria para la realización de este curso. Es indispensable poder dedicar entre 4 y 6 horas semanales.

¿Qué vas a aprender?

- Aprenderás desarrollar un Plan de Estratégico desde cero.
- Identificar los elementos clave para crea valor al consumidor y mantenerlo.
- Adquirir una visión práctica sobre cómo encarar una problemática estratégica.
- Conocer las claves para hacer un buen diagnóstico y análisis DAFO.
- Desarrollar una investigación de Mercado Cualitativa y Cuantitativa.
- A usar y aplicar técnicas como el PESTLE o las 5 Fuerzas de Porter.
- Proponer y desarrollar las líneas de actuación de un Plan Estratégico
- Establecer KPI's y medir los resultados y objetivos de una campaña de marketing.
- Aprenderás mucho Marketing.

Tutorías

Aunque desde el primer momento estaré a tu disposición para resolver cualquier duda que tengas durante la realización del Curso, estableceremos un calendario de tutorías desde el inicio del curso. Las tutorías se realizan mediante Google Meet y correo electrónico.

Las sesiones de este curso son personales entre tú y yo, diseñadas y planificadas para aprender mediante el estudio y la práctica y serán de carácter teórico/práctico. El curso es eminentemente práctico y durante el mismo se realizan 4 casos prácticos reales.

Temario

- **Módulo 1. Marketing**
 - Fundamentos.
 - Marketing Mix
 - El proceso de Marketing.
 - Análisis del entorno
 - Creando valor
 - Plan de Marketing Integral
 - Marketing Estratégico
 - Test
- **Módulo 2. Posicionamiento de Marca**
 - Concepto
 - Cómo trabaja la Marca en la mente del consumidor
 - Cómo llegar a la mente del consumidor
 - Estrategias de Marca según el posicionamiento y la Competencia
 - Leyes inmutables del Marketing.
 - Test.
- **Módulo 3. Preparando un Plan de Marketing Integral**
 - **Entorno de Marketing**
 - Clasificación del entorno
 - Analizando macro entornos
 - Analizando micro entornos
 - PESTLE
 - 5 Fuerzas de Porter
 - Sistemas de información en Marketing
 - Marketing Research
 - Análisis DAFO
 - Caso práctico
 - **Creación de Valor (I): Segmentación y Targeting**
 - Introducción
 - Segmentación de Mercado
 - Cómo segmentar mercados de forma eficaz.
 - Targeting:
 - Evaluación de segmentos de Mercado
 - Selección de segmentos de mercado
 - El posicionamiento en Marketing
 - Comunicando el posicionamiento
 - Desarrollo del posicionamiento
 - Sistemas de información en Marketing
 - Caso práctico

- **Creación de Valor (II): Marketing mix - Producto**
 - Qué es un producto
 - Decisiones de Marca
 - Estrategia de Producto.
 - Targeting:
 - Evaluación de segmentos de Mercado
 - Selección de segmentos de mercado
 - El posicionamiento en Marketing
 - Comunicando el posicionamiento
 - Desarrollo del posicionamiento
 - Lanzamiento de un producto
- Caso práctico
- **Creación de Valor (III): Marketing mix – Distribución y Comunicación**
 - Distribución
 - Canales de marketing
 - El role de los canales de Marketing
 - Estrategia Pull
 - Estrategia Push
 - Canales de Marketing en B2B y B2C
 - Eligiendo el canal de Distribución adecuado.
 - Puntos de venta
 - Mayoristas
- Caso práctico
- **Captura de Valor (I): Marketing mix – Estrategias de Precio**
 - Qué es el Precio
 - Psicología del consumidor.
 - Fijación de Precios.
 - Comportamiento de l Cosumidor y maxmización del Beneficio.
 - Puntos de venta
 - Mayoristas
- Caso práctico
- **Módulo 4. Dos nuevas P,s del Marketing.**
 - Introducción: DATA e Inteligencia Artificial
 - Personalización
 - Personas
- **Módulo 5. Integración del Marketing Digital en el Marketing**
 - Ecosistema Digital
 - Dimensiones del Marketing digital
 - El proceso estratégico en Marketing Digital
- **Módulo 6. Examen Global**