EL PROCESO DE MARKETING Y DESARROLLO DE MERCADOS

conceptos | asignaturas

FASE ANALÍTICA

Análisis externo

PESTEL

Político
Económico
Social
Tecnológico
Ecológico
Legal

SECTOR
MERCADO
COMPETENCIA

Análisis interno

Recursos
Capacidades
Posición en mercado
Procesos
Resultados

DAFO

- Fundamentos del marketing
- Teoría económica
- Economía española y mundial
- Sociología del consumo
- Investigación de mercados
- Comportamiento del consumidor
- Mercados internacionales

FASE ESTRATÉGICA

CAME

Definición de claves estratégicas

Concentración / Diversificación
Posicionamiento
Ventaja competitiva y diferencial
Segmentación
Alianzas

OBJETIVOS Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS

- Fundamentos del Marketing
- Marketing estratégico
- Introducción a la internacionalización de la empresa
- Marketing internacional
- Marketing avanzado
- Plan de marketing

FASE OPERATIVA

Marketing Mix

Producto
Precio
Distribución
Comunicación
Marketing digital

PLAN DE MARKETING

Gestión Comercial

- Fundamentos del marketing
- Gestión del producto y del precio
- Análisis y control de gestión
- Distribución comercial
- Introducción a la comunicación
- Publicidad y marca
- Relaciones públicas
- Customer experience
- Marketing internacional
- Transporte y logística internacional
- Promoción internacional
- Marketing digital
- Marketing avanzado
- Plan de marketing
- Técnicas de venta y negociación
- Dirección de equipos comerciales
- Digital Skills for Marketing I, II y III

CÁMARABILBAO UNIVERSITY BUSINESS SCHOOL

● Asignaturas comunes | ● Asignaturas exclusivamente de la intensificación de "Marketing y comunicación"
● Asignaturas exclusivamente de la intensificación de "Marketing e internacionalización"