



**EUROINNOVA FORMACION**  
INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL

## *Políticas de Marketing (Online)*

Información gratis Políticas de Marketing (Online)

**Titulación certificada por EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL**

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Políticas de Marketing (Online)

## *Políticas de Marketing (Online)*

**Duración:** 100 horas

**Precio:** 199 € \*

**Modalidad:** Online

\* Materiales didácticos, titulación y gastos de envío incluidos.



Información gratis Políticas de Marketing (Online)



[www.euroinnova.edu.es](http://www.euroinnova.edu.es)

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

## Políticas de Marketing (Online)

### Descripción

En el ámbito del comercio y marketing, es necesario conocer los diferentes campos de la gestión de marketing y comunicación, dentro del área profesional de marketing y relaciones públicas. Así, con el presente curso se pretende aportar los conocimientos necesarios para las políticas de Marketing.

### Euroinnova Business School

Euroinnova Business School, es una escuela de negocios avalada por 5 universidades y múltiples instituciones a nivel internacional. En el siguiente enlace puede ver los [cursos Homologados](#)

Además Euroinnova cuenta con más de 10.000

[cursos online](#)

Puede matricularse hoy con un 10% de descuento, si se matricula online en el siguiente enlace:



Al formar parte de Euroinnova podrás disponer de los siguientes servicios totalmente gratis, además de pasar a formar parte de una escuela de negocios con un porcentaje de satisfacción de más del 95%, auditada por agencias externas, además de contar con el apoyo de las principales entidades formativas a nivel internacional.



Información gratis Políticas de Marketing (Online)



[www.euroinnova.edu.es](http://www.euroinnova.edu.es)

Llama gratis : 900 831 200

## *A quién va dirigido*

Este curso está dirigido a los profesionales del mundo del comercio y marketing, concretamente en gestión de marketing y comunicación, dentro del área profesional marketing y relaciones públicas, y a todas aquellas personas interesadas en adquirir conocimientos relacionados con las políticas de marketing.

## *Objetivos*

- Analizar la situación de mercado de productos y servicios, a partir de los datos comerciales, cuantitativos y cualitativos, e informes estudios de mercado, extrayendo conclusiones respecto a las oportunidades, amenazas, debilidades y fortalezas de la organización, e el mercado.
- Analizar los factores que intervienen en la política de producto de planes de marketing a partir de diferentes carteras de productos utilizando distintos instrumentos como mapas de posicionamiento y matriz BCG entre otros.
- Calcular los precios de los productos y servicios, así como las variables que componen e influyen en la política de precios de un producto o servicio utilizando herramientas de cálculo.
- Analizar los factores que intervienen en la política de distribución según diferentes tipos de productos y servicios, clientes y sectores.
- Definir acciones de comunicación de marketing, en relación con los factores que intervienen en el diseño de políticas y campañas de comunicación, considerando los instrumentos habituales y los distintos tipos de objetivos y públicos a los que pretenda dirigirse.
- Elaborar el briefing de distintos tipos de productos o marcas para la ejecución y contratación de distintos tipos de acciones de comunicación definidas en un plan de marketing.
- Relacionar entre sí las variables que intervienen en las políticas de marketing, obteniendo conclusiones relevantes para la definición de planes de marketing.
- Aplicar sistemas de control y seguimiento de las variables y acciones previstas en distintos tipos de planes de marketing.
- Identificar las fases de la planificación de marketing y el objetivo de control y seguimiento de su desarrollo.
- Argumentar la necesidad de control y seguimiento de las decisiones y acciones del plan de marketing para la mejora continua y eficiencia del plan de marketing.
- Distinguir los ratios de control utilizados habitualmente para medir la eficacia de las decisiones e impacto de un plan de marketing.

## *Para que te prepara*

La presente formación se ajusta al itinerario formativo del Módulo Formativo MF2185\_3 Políticas de marketing, certificando el haber superado las distintas Unidades de Competencia en ella incluidas, y va dirigido a la acreditación de las Competencias profesionales adquiridas a través de la experiencia laboral y de la formación no formal, vía por la que va optar a la obtención del correspondiente Certificado de Profesionalidad, a través de las respectivas convocatorias que vayan publicando las distintas Comunidades Autónomas, así como el propio Ministerio de Trabajo (Real Decreto 1224/2009 de reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral).

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

## Políticas de Marketing (Online)

### *Salidas laborales*

Desarrolla su actividad profesional por cuenta propia y ajena, en los departamentos de marketing, comunicación y gabinetes de prensa y comunicación de cualquier empresa u organización, y en empresas de comunicación, agencias de publicidad y eventos del ámbito público y privado. En el desarrollo de la actividad profesional se aplican los principios de accesibilidad universal de acuerdo con la legislación vigente.

Información gratis Políticas de Marketing (Online)



[www.euroinnova.edu.es](http://www.euroinnova.edu.es)

Llama gratis : 900 831 200

## Titulación

Certificado de Aprovechamiento de haber cursado la formación que le Acredita las Unidades de Competencia recogidas en el Módulo Formativo MF2185\_3 Políticas de Marketing, regulada en el Real Decreto 614/2013, de 2 de agosto, por el que se establece el Certificado de Profesionalidad COMM0112 Gestión de Marketing y Comunicación.



**EUROINNOVA**  
BUSINESS  
SCHOOL

TITULACIÓN EXPEDIDA POR  
EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL  
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

**CUALIFICA2**



**Titulación Avalada Para El  
Desarrollo De Las Competencias  
Profesionales R.D. 1224/2009**

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Euroinnova Formación vía correo postal, la titulación que acredita el haber con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la institución que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).



+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

## Políticas de Marketing (Online)



### EUROINNOVA FORMACION

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación

EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

**NOMBRE DEL ALUMNO/A**

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

### Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación EUROINNOVA en la convocatoria de 2014  
Y para que surtan los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en  
Granada, a 23 de Abril de 2014

La dirección General

Ei/La interesado/a

Sello



INTERNATIONAL COMMISSION IN DISTANCE EDUCATION  
Con Estatuto Consultivo Consejo Superior de Ciencias Económicas y Sociales de la UNESCO (plum. Resolución 65/48)

## Forma de financiación

- Contrarrembolso.
- Transferencia.
- Tarjeta de crédito.
- PayPal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Llama gratis al 900831200 e informate de los pagos a plazos sin intereses que hay disponibles

## Metodología

Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios. Además recibirá los materiales didácticos que incluye el curso para poder consultarlos en cualquier momento y conservarlos una vez finalizado el mismo. La metodología a seguir es ir avanzando a lo largo del itinerario de aprendizaje online, que cuenta con una serie de temas y ejercicios. Para su evaluación, el alumno/a deberá completar todos los ejercicios propuestos en el curso. La titulación será remitida al alumno/a por correo una vez se haya comprobado que ha completado el itinerario de aprendizaje satisfactoriamente.

Información gratis Políticas de Marketing (Online)



[www.euroinnova.edu.es](http://www.euroinnova.edu.es)

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

## Políticas de Marketing (Online)

### *Materiales didácticos*



- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'UF2392 Plan de Marketing Empresarial'
- Manual teórico 'UF2393 Control y Seguimiento de Políticas de Marketing'
- Subcarpeta portafolios
- Dossier completo Oferta Formativa
- Carta de presentación
- Guía del alumno
- Bolígrafo

Información gratis Políticas de Marketing (Online)



[www.euroinnova.edu.es](http://www.euroinnova.edu.es)

Llama gratis : 900 831 200



## Profesorado y servicio de tutorías

Nuestro centro tiene su sede en el "Centro de Empresas Granada", un moderno complejo empresarial situado en uno de los centros de negocios con mayor proyección de Andalucía Oriental. Contamos con una extensa plan profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional.

Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- Por e-mail: El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.
- Por teléfono: Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.



### *Plazo de finalización*

El alumno cuenta con un período máximo de 6 meses para la finalización del curso, a contar desde la fecha de recepción de las mate del mismo.

Si una vez cumplido el plazo no se han cumplido los objetivos mínimos exigidos (entrega de ejercicios y evaluaciones correspondientes), el alumno podrá solicitar una prórroga con causa justificada de 3 meses.

### *Bolsa de empleo*

El alumno tendrá la posibilidad de incluir su currículum en nuestra bolsa de empleo y prácticas, participando así en los distintos procesos de selección y empleo gestionados por más de 2000 empresas y organismos públicos colaboradores, en todo el territorio nacional.

Agencia de colocación autorizada N° 9900000169

### *Club de alumnos*

Servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

### *Revista digital*

El alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

## Programa formativo

### MÓDULO 1. Políticas de Marketing

#### UNIDAD FORMATIVA 1. PLAN DE MARKETING EMPRESARIAL

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE MARKETING.

1. Concepto y contenido del marketing:
  - 1.- Función del marketing en la gestión de la empresa: la orientación al cliente.
  - 2.- Marketing estratégico y operativo.
2. Estrategias y tipos de marketing.
3. Marketing mix:
  - 1.- Planificación integral del marketing.
  - 2.- Elementos que integran el marketing mix e interrelación entre ellos.
4. Elaboración del plan de marketing:
  - 1.- Estructura y funcionalidad.
  - 2.- Políticas de marketing en la empresa.
  - 3.- Presupuesto del plan de marketing.
5. Análisis DAFO y estrategias de marketing:
  - 1.- Estudios de mercado.
  - 2.- Segmentación y posicionamiento y detección de oportunidades de mercado.
  - 3.- Elaboración de informes de oportunidades de mercado.

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICA DE PRODUCTO.

1. Definición de la política de producto.
2. Atributos y características de productos y servicios de la empresa.
  - 1.- Clasificación de productos.
  - 2.- Diferenciación de los productos.
3. Concepto de gama y línea de productos.
  - 1.- La cartera de productos.
4. La teoría del ciclo de vida del producto (CVP) y su aplicación al marketing.
  - 1.- Estrategias según el CVP.
  - 2.- Servicios añadidos.
5. Mapas de posicionamiento.
  - 1.- Concepto de posicionamiento de producto.
  - 2.- La elección de los ejes de posicionamiento.
6. Matriz BCG y creación de nuevos productos.
7. Análisis del envase y de la marca como elementos diferenciadores.

- 1.- Concepto y finalidad de la marca.
- 2.- Tipología de las marcas.
- 3.- Estrategia de marca.
- 4.- Elementos fundamentales del envase.
- 8.Elaboración de informes sobre producto.

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. POLÍTICA DE PRECIOS.

- 1.Definición de la política de precios.
  - 1.- El concepto de precio.
  - 2.- El precio como instrumento de marketing.
- 2.Características y variables de decisión.
- 3.Concepto de elasticidad de precio.
  - 1.- Elasticidad cruzada.
- 4.Normativa vigente en materia de precios.
  - 1.- Relaciones con los distribuidores.
- 5.Métodos para la determinación de los precios:
  - 1.- Métodos basados en el coste.
  - 2.- Métodos basados en la competencia.
  - 3.- Métodos basados en el mercado o demanda.
- 6.Cálculo del punto muerto.
- 7.Estrategias comerciales en la política de precios.
  - 1.- Estrategias diferenciales.
  - 2.- Estrategias competitivas.
  - 3.- Estrategias para líneas de productos.
  - 4.- Estrategias para productos nuevos.
- 8.Elaboración de informes sobre precios.

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN.

- 1.Definición de la política de distribución.
- 2.Canales y fórmulas de distribución.
  - 1.- Elección de los canales.
  - 2.- Relación entre miembros del canal de distribución.
  - 3.- Comercio mayorista.
  - 4.- Comercio minorista.
- 3.Estrategias en la política de distribución.
- 4.Relaciones con la red y puntos de ventas.
  - 1.- Determinación del número de puntos de venta.
  - 2.- Selección del lugar de emplazamiento.
- 5.Marketing en la distribución.
  - 1.- Merchandising.
- 6.Comercialización «on line» de productos y servicios.
  - 1.- Las relaciones comerciales B2B y B2C.
- 7.Elaboración de informes sobre distribución.

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN.

1. Definición de la política de comunicación en la empresa.
2. Tipos de comunicación en la empresa.
  - 1.- Comunicación interna.
  - 2.- Comunicación externa en la empresa.
  - 3.- La comunicación personal.
  - 4.- Otros tipos de comunicación.
3. El mix de comunicación: tipos y formas.
  - 1.- Publicidad.
  - 2.- Promoción de ventas.
  - 3.- Relaciones públicas.
  - 4.- Marketing directo.
  - 5.- Marketing relacional.
  - 6.- Marketing «on line».
4. Medios de comunicación.
  - 1.- Medios convencionales.
  - 2.- Medios no convencionales.
5. Elaboración del briefing de productos, servicios o marcas:
  - 1.- Objetivos y finalidad del briefing.
  - 2.- Estructura y elementos del briefing.
  - 3.- Aplicaciones de presentación del briefing.

## UNIDAD FORMATIVA 2. CONTROL Y SEGUIMIENTO DE POLÍTICAS DE MARKETING

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EJECUCIÓN E IMPLANTACIÓN DEL PLAN DE MARKETING.

1. Fases del plan de marketing:
  - 1.- Diseño.
  - 2.- Implementación.
  - 3.- Control.
  - 4.- Mejora Continua.
2. Negociación del plan de marketing en la empresa.
  - 1.- Formulación de la estrategia de marketing.
  - 2.- Definición de objetivos.
  - 3.- Modelos de organización empresarial e implantación del plan.
3. Recursos económicos para el plan de marketing.
  - 1.- El presupuesto del plan de marketing.
  - 2.- Cálculo de desviaciones de gastos.

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING.

1. Técnicas de seguimiento y control de las políticas de marketing.
  - 1.- Control del plan anual.
  - 2.- Control de rentabilidad.
  - 3.- Control de eficiencia.
  - 4.- Control estratégico.

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

## Políticas de Marketing (Online)

2. Ratios de control del plan de marketing.
  - 1.- Beneficios.
  - 2.- Rentabilidad y participación en el mercado.
3. Análisis de retorno del plan de marketing.
  - 1.- Criterios a considerar.
4. Elaboración de informes de seguimiento.

## PROGRAMA DE BECAS PARA MASTER

Euroinnova cuenta con un programa de [becas de master](#) para ayudarte a decidir tu futuro, puedes entrar y solicitarla, Euroinnova cuenta con más de 2000 [master online](#) que puedes consultar y solicitar tu beca.

Haz clic para conocer nuestro catálogo de [cursos online](#)

Terminos relacionados:

certificación, certificado, COMMO112, Comunicación, Control, cualificación, curso, Estrategias, Gestión, Implantación, Marketing, Negociación, Plan, Políticas, profesional, Profesionalidad, recursos, Seguimiento, UC2185\_3, UF2382, UF2393

Información gratis Políticas de Marketing (Online)



[www.euroinnova.edu.es](http://www.euroinnova.edu.es)

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Políticas de Marketing (Online)



**EUROINNOVA**  
BUSINESS  
SCHOOL

## FICHA DE MATRICULACIÓN

Para efectuar su matrícula sólo tiene que hacernos llegar esta ficha con sus datos personales vía email a [formacion@euroinnova.com](mailto:formacion@euroinnova.com).

POSTGRADO EN QUE DESEA MATRICULARSE: : .....

.....

Nombre: .....

Apellidos:.....

DNI/ID/Pasaporte:.....

Domicilio envío: .....

..... CP:.....

Localidad:.....

Provincia:..... País:.....

Teléfono:..... E-mail:.....

Horario de entrega (Mañana o tarde).....

Forma de pago .....

Observaciones:.....

Una vez recibidos los datos personales, uno de nuestros asesores pedagógicos contactará con usted para concretar la matrícula y confirmarle cuando va a recibir todos los materiales en su domicilio.



**EUROINNOVA**  
BUSINESS  
SCHOOL

**DESDE ESPAÑA LLAMA GRATIS A:**  
900 831 200

**DESDE FUERA DE ESPAÑA:**  
+ 34 958 05 02 00

EUROINNOVA FORMACIÓN  
POLÍGONO INDUSTRIAL LA ERMITA.  
EDIF. CENTRO DE EMPRESAS GRANADA. OFICINA 1º D • 18230 ATARFE - GRANADA  
Teléfono: 958 050 200

Información gratis Políticas de Marketing (Online)



[www.euroinnova.edu.es](http://www.euroinnova.edu.es)

**Llama gratis : 900 831 200**