



Curso de formación superior en Marketing

Un responsable de marketing ha de tener una visión amplia del entorno económico y de la empresa, profundizar en la gestión comercial y en la planificación de las estrategias de venta.



Saber analizar la propia empresa, sus productos y servicios, identificar las oportunidades que presenta el mercado, ser capaz de definir las estrategias que nos permitirán presentar competitivamente nuestros productos, etc. son elementos clave que un profesional del marketing debe desarrollar.

El curso se divide en dos bloques:

- Marketing
- Investigación comercial

Requisitos de acceso

- Un nivel de estudios correspondiente al Bachillerato (LOGSE) o equivalente (COU, MP3, FP2).
- Una capacidad profesional adecuada.

Objetivos

- Realizar, aplicar y controlar sistemas de alta competitividad en la comercialización de bienes.
- Crear y dirigir equipos de trabajo que generen más valor añadido para el cliente y la organización.
- Presentar informes efectivos y convertir los planes en acciones.
- Aprender la filosofía del marketing y su aplicación.
- Identificar las oportunidades que ofrece el mercado.
- Definir las líneas de trabajo para conseguir objetivos y dar apoyo al desarrollo estratégico corporativo.
- Implantar las políticas de marketing adecuadas para comercializar un producto o servicio.
- Aprender las diferentes opciones que ofrece Internet para los diferentes objetivos de marketing, promoción, captación de clientes y fidelización.
- Desarrollar el diseño, proceso de recogida, tratamiento, presentación e interpretación de una investigación comercial.
- Adquirir un conocimiento fundamental de la teoría y de la técnica de la contabilidad.

Plan de estudios

Taller virtual

El curso se inicia con un taller virtual de 15 días de duración y que tiene que permitir al estudiante familiarizarse con el campus virtual.

El profesor del taller guiará al estudiante en el conocimiento de los diferentes espacios y servicios que incluye el campus, el funcionamiento del aula virtual, el uso del correo electrónico, de los materiales didácticos en web, etc.

Marketing

Introducción al marketing

Este módulo presenta una primera aproximación al plan de marketing e incluye nociones básicas sobre habilidades directivas y políticas de empresa.

Análisis interno

Analiza la importancia que supone para toda empresa generar continuamente más valor para sus clientes.

Análisis externo e investigación de mercado

Este módulo analiza el entorno para descubrir las oportunidades y amenazas y los conceptos relacionados con la investigación de mercados.

Marketing estratégico

Identifica los medios para diferenciarse y posicionar una oferta eficazmente para poseer una ventaja competitiva lo más duradera posible y aspectos

Horas lectivas: 240

Metodología: no presencial

Duración: 13 meses

Material: papel, CD y web

Diploma de Extensión Universitaria de la UOC en marketing



