



## **ÁREA: MARKETING Y PUBLICIDAD**

### **MARKETING ESTRATÉGICO**

**40 horas**

#### **OBJETIVOS:**

- Conocer los principales conceptos y elementos del marketing estratégico, así como los beneficios que puede obtener la empresa con su aplicación.
- Adquirir los conocimientos necesarios sobre los diferentes enfoques entre los que puede optar la empresa en su orientación hacia el mercado.
- Aprender a manejar las oportunidades que brinda el marketing para ubicar a la empresa en la posición pretendida.
- Conocer las características generales del marketing internacional y las diferentes técnicas de penetración en mercados extranjeros.

#### **ÍNDICE:**

##### **TEMA 1. FUNDAMENTOS DEL MARKETING ESTRATÉGICO**

- 1.1. Principales conceptos de marketing estratégico
- 1.2. Enfoque de las empresas hacia el mercado
- 1.3. La secuencia del marketing estratégico
- 1.4. Planificación estratégica corporativa

##### **TEMA 2. DIFERENCIACIÓN COMPETITIVA Y ESTRATEGIAS DE CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO**

- 2.1. La diferenciación
- 2.2. El ciclo de vida
- 2.3. Creación y evolución del mercado

##### **TEMA 3. POSICIONAMIENTO**

- 3.1. El posicionamiento
- 3.2. Estrategias de posicionamiento
- 3.3. Aplicaciones del posicionamiento



#### **TEMA 4. MARKETING INTERNACIONAL**

- 4.1. Introducción
- 4.2. El salto internacional
- 4.3. Comercio internacional
- 4.4. Penetración en el mercado internacional