



Màrqueting

OBJECTIU DEL CURS

Entendre les funcions i el funcionament d'un departament de màrqueting, de tal manera que es podran elaborar nous plans i estratègies per portar a l'èxit un producte o servei amb què es treballi

Distingir en una empresa els tres pilars fonamentals, que són l'administratiu, el productiu i el departament de màrqueting

CONTINGUT DEL CURS

- ▶ Màrqueting I
- ▶ Introducció al màrqueting
- ▶ La gestió del màrqueting
- ▶ Sistemes d'informació i investigació en màrqueting
- ▶ El mercat
- ▶ Segmentació i posicionament
- ▶ El comportament del consumidor
- ▶ El producte
- ▶ El preu
- ▶ La distribució
- ▶ La publicitat
- ▶ Les relacions públiques
- ▶ Màrqueting II
- ▶ Què és el màrqueting?
- ▶ Definició del producte o servei
- ▶ Anàlisi externa i interna
- ▶ Públic i mercat objectius
- ▶ Segmentació dels mercats
- ▶ Las 5 P: producte, plaça, preu, promoció i publicitat
- ▶ El preu
- ▶ Màrqueting mix i màrqueting en línia
- ▶ Anàlisi DAFO i el valor afegit
- ▶ Objectius i estratègies
- ▶ El procés de decisió de compra
- ▶ La fidelització del client
- ▶ CRM (*Customer Relationship Management*)

Durada: 90 h