



**CEMS**  
**ENSEÑANZA**  
**UNIVERSITARIA**

## **PROGRAMA CURSO MARKETING Y PROMOCIÓN DE PRODUCTO PARA EMPRENDEDORES**

### **1. Qué es el Marketing y su función en la empresa.**

- Filosofía del Marketing. El nuevo enfoque al cliente.
- Entorno y mercados.
- Diferencia entre mercado de consumo y organizacional
- Proceso de identificación de oportunidades
- Marketing estratégico. Objetivos y plan de acción
- La importancia de la segmentación
- Marketing operativo. Marketing mix
- Del marketing tradicional al marketing 4.0
- Estrategia de marketing 3.0 y 4.0. Convertir, fidelizar, medir, reformular, recomendar.
- Marketing 360º

### **2. La comunicación off-line y on-line**

- Concepto de comunicación.
- La marca. Concepto y elementos
- La publicidad ATL, BTL y más allá de ellas.
- Publicidad/Promoción/RRPP/Fuerza de ventas
- Como influye internet y los nuevos comportamientos en cada una de estas variables
- Planificación. La estrategia de comunicación
- Tipos de publicidad. La importancia del briefing
- Medios de comunicación.

### **3. Terminología del marketing y la publicidad.**

### **4. Las personas como centro de nuestra estrategia.**

### **5. El valor para el cliente. Valor añadido y valor diferencial.**



**CEMS**  
**ENSEÑANZA**  
**UNIVERSITARIA**

## **6. Conceptos básicos para la promoción de producto o servicio. Cómo funciona la publicidad y cómo desarrollar una campaña de promoción.**

- Definición de objetivos.
- La importancia de la identificación y segmentación de nuestro público y mercado a la hora de dirigir nuestra inversión y esfuerzos.
- Diferenciación del producto respecto a la competencia.
- La elaboración del brief.
- El valor del diseño. La importancia de un buen diseño y cómo identificarlo.
- La estrategia de promoción.
- El marketing operativo.
- Canales y medios de comunicación.
- La planificación.
- Valoración y elaboración del presupuesto. La importancia de la medición del ROI. Análisis de costes.
- Canales y soportes de promoción.

## **7. Las redes sociales y la marca personal y profesional en internet.**

- Principales redes sociales, tipos de público.
- La web social.
- Los diferentes perfiles de usuarios/público. Segmentación de mercado.
- El lenguaje en las redes. Terminología.
- La planificación estratégica. Social media plan
- Cómo gestionar una crisis de reputación.
- Herramientas de monitorización.

## **8. Control y gestión del presupuesto en publicidad y RRPP.**

- Valoración y elaboración del presupuesto. Análisis de costes.
- El ROI (Retorno de la inversión) en la publicidad y la importancia de medir resultados.