

Marketing estratégico

Marketing estratégico

Duración: 40 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

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.

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. 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 El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2026

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



© icaformación2026

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

1. Fundamentos del marketing estratégico
- Principales conceptos del marketing estratégico
- Orientaciones de las empresas hacia el mercado
- Cambios en el entorno del marketing y de las prácticas comerciales
- La secuencia del marketing estratégico
- La secuencia de la entrega de valor
- Etapas en el proceso de planificación
- Planificación estratégica corporativa

2. Diferenciación competitiva y estrategias de ciclo de vida del producto
- La diferenciación
- Estrategias de diferenciación competitiva
- Diferenciación competitiva por medio del producto
- Diferenciación competitiva por medio de los servicios
- Diferenciación competitiva por medio del personal, de los canales y por medio de la imagen
- El ciclo de la vida
- La fase de introducción
- La fase de crecimiento
- La fase de madurez
- La fase de declive
- Creación y evolución del mercado

3. Posicionamiento
- El posicionamiento

© icaformación2026

- De la diferenciación al posicionamiento
- Elección de las diferencias a promover
- Estrategia de posicionamiento
- Tipos de posicionamiento
- Estrategia de posicionamiento de productos funcionales
- Estrategia de posicionamiento de productos de compra por impulso
- Estrategia de posicionamiento de productos de precio alto
- Estrategia de posicionamiento de productos de de consumo
- Estrategia de posicionamiento de un servicio
- Aplicaciones del posicionamiento

4. Marketing internacional

- Introducción
- El salto internacional
- Ventajas del marketing internacional
- Riesgos y retos del marketing internacional
- Selección de mercado de entrada
- Comercio internacional
- Principales zonas de libre comercio en el mundo
- Penetración en el mercado
- El proceso de internacionalización

© icaformación2026