



# formación

## Gestión práctica de marketing para Pymes

8 de septiembre al 16 de octubre de 2014

**Horario:** Lunes, miércoles y jueves de 17:00 a 21:00 horas

**Duración:** 56 horas

**Lugar:** Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza. Pº Isabel la Católica, 2

Dirigido a

Trabajadores/as: Mandos intermedios, directivos de áreas no comerciales, responsables de negocio, gerentes de PYMEs, emprendedores, jefes de ventas, responsables comerciales, integrantes de equipos comerciales, etc...

## FINALIDAD

EL curso de Gestión Práctica de Marketing para Pymes es un programa formativo ideado para desarrollar y perfeccionar las competencias de los profesionales que tengan que asumir la dirección y coordinación de tareas de Marketing en la empresa.



## OBJETIVOS GENERALES

- Introducir las Políticas de Marketing en las PYMES, así como las principales implicaciones que supone para el empresario, para la Organización y para el planteamiento comercial la adopción del Marketing.
- Trasladar los conceptos clave de la gestión comercial estratégica y de la visión del cliente y del mercado, de manera que facilite gestionar la política comercial desde el planteamiento estratégico, el análisis y la búsqueda de la satisfacción del cliente como medio para obtener nuestros objetivos empresariales.
- Mostrar las herramientas de trabajo en la ejecución y dirección del marketing en la empresa.
- Capacitar a los profesionales asistentes a desarrollar acciones de marketing planificadas, coherentes con la empresa, con su realidad y con el mercado al que nos dirigimos.
- Trabajar de modo práctico los pasos que se deben desarrollar para la ejecución de un plan de Marketing.
- Profundizar en las variables estratégicas del marketing y en las decisiones que se deben tomar durante la ejecución.

### **Matrícula: GRATUITA**

Curso subvencionado por el Instituto Aragonés de Empleo y organizado por la Cámara de Comercio de Zaragoza

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer los aspectos básicos necesarios para la ejecución de una Investigación de mercado.
- Aprender a analizar las distintas fuentes a las que podemos acudir para obtener la información que precisamos para tomar decisiones comerciales.
- Inculcar la importancia de destinar tiempo y recursos (humanos, técnicos y económicos) al planteamiento de políticas de innovación, diferenciación y posicionamiento empresarial, para hacer destacar nuestra oferta.
- Aprender a conocer la competencia como punto de partida de la diferenciación.
- Aprender a definir, desarrollar y gestionar de estrategias de producto y oferta de una empresa.
- Sintetizar las claves de confección de nuestra oferta para conseguir la aceptación y competitividad en el mercado.
- Conocer con rigor y detalle los métodos de composición de las carteras de productos y su valoración.
- Conocer las Bases para el diseño y la gestión de un Plan de Comunicación.
- Diferenciar las estrategias de comunicación en Marketing que dispone la empresa para conseguir sus objetivos comerciales y optimizar su relación con los clientes.

## CONTENIDOS

### **MÓDULO 1: Conceptos básicos para el desarrollo de un plan estratégico de marketing en mi empresa (8 HORAS)**

1. Asentando los conceptos iniciales de Marketing
2. El proceso del Marketing: Comprendiendo al cliente. El cambio de orientación y de enfoque en la empresa.
3. Planificación Estratégica en la empresa: La base de mi Plan de Marketing y sus fases
4. La necesidad de información para el planteamiento del Marketing en la empresa.
5. Cómo defino y establezco mis objetivos en marketing.
6. El proceso de determinación del público objetivo de mi Plan.
7. Las estrategias de nuestro Plan: El Mix del Marketing y las decisiones empresariales.
8. La vertiente operativa del Plan y el establecimiento de las acciones en el tiempo. La ejecución y control del Plan de Marketing de mi empresa



### **MÓDULO 2: Herramientas de investigación y análisis estratégico en la ejecución de un plan comercial y de marketing (12 HORAS)**

1. La información como valor estratégico para el desarrollo de Planes marketing y comerciales.
2. Las Fases de una Investigación Comercial.
3. Procesos metodológicos y Técnicas de Investigación comercial. El proceso de obtención de la información
4. Las Variables clave de mercado que debemos conocer y las Fuentes donde obtener dicha información.
5. Herramientas de análisis de información:
  - Sistemas de análisis DAFO y repercusión sobre plano estratégico.
  - Análisis de Fuerzas competitivas de mercado
  - Matrices de comparación y diferenciación estratégica.
6. Los sistemas de almacenamiento de la información comercial y de marketing. Uso y operatividad de la gestión de la información. Los Sistemas de Información en Marketing.
7. La Vigilancia de Mercado y Benchmarking. Conceptos Básicos y Elementos que debemos controlar en el proceso de vigilancia y adecuación / perfeccionamiento de nuestras estrategias.



### **MÓDULO 3: Fundamentos de innovación en marketing, diferenciación y posicionamiento (8 HORAS)**

1. Innovación comercial, Diferenciación Competitiva y Posicionamiento. Concepto y planteamiento de su necesidad en el planteamiento estratégico comercial de la empresa. Ubicación de estos conceptos dentro de la gestión actual.
2. Pautas y premisas iniciales para conseguir la diferenciación competitiva en una empresa.
3. Cómo determinar la diferenciación: El tratamiento de las Variables de diferenciación. Principales decisiones.
4. Pautas y herramientas para definir los valores diferenciadores competitivos de mi oferta.
5. Cómo transmitir mis valores diferenciales. Los elementos de percepción en la transmisión de conceptos empresariales.

### **MÓDULO 4: Claves para la gestión y el desarrollo estratégico de productos y servicios (16 HORAS)**

1. La Gestión del Producto y su función dentro de la empresa.
2. Vamos a Diseñar un producto. Determinación de los aspectos conceptuales que lo justifican y cómo se materializa dicho concepto a través de los atributos estratégicos seleccionados.
3. Fundamentos, metodologías y herramientas para la composición de la gama de productos que va a integrar nuestra oferta.
4. El Marketing de los Servicios:
5. La evolución de los productos y servicios en el tiempo. El ciclo de vida.
6. Fases y proceso de desarrollo e incorporación de nuevos productos y servicios en la oferta de la empresa.
7. Decisiones estrategias de precio condicionadas por las decisiones de Producto y de Servicio.

## **MÓDULO 5: Gestionar y desarrollar las acciones de comunicación en mi empresa (12 HORAS)**

1. Comunicación empresarial y la balanza de factores que la condicionan.
2. Análisis comparativo de las estrategias de comunicación de una empresa. Ventajas e inconvenientes de su aplicación en cada caso concreto.
3. La Identidad Corporativa y la imagen visual de la empresa: logos y rasgos corporativos.
4. La gestión de la Marca. El Branding y su poder.
5. Las Relaciones Públicas, Patrocinios, Eventos y Ferias.
6. Publicidad y técnicas de comunicación masiva. Promoción de ventas. Marketing Directo
7. Merchandising y Promoción en el Punto de Venta (PPV).
8. Estrategias de comunicación online
9. La comunicación Interna. Problemas, Dificultades y Barreras a superar.

## **FORMADOR**

**Luis Francisco Casado Román**, Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Zaragoza.

Máster en Administración y Dirección de Empresas por ICADE.

Diploma en Dirección de Marketing por la Escuela Superior Comercial y Empresarial.

Profesor Asociado de la Universidad de Zaragoza, Dpto. de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados, desde 2007.

Experiencia anterior en AYANET (consultoría), GARAJE COSTA (automoción), MEMORY SET (actual ESPRINET, informática), LA VAJILLA ENERIZ (actual ARC distribución, menaje).

Dilatada experiencia como formador y coach de empresa, acumulando más de 12.000 horas formativas.



**Cámara**  
Zaragoza

**formaCión**

Cámara de Comercio  
e Industria de Zaragoza

## Gestión práctica de marketing para Pymes

### Más información

Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza  
Tlfno: 976 306 161 (ext. 122)  
[formacion@camarazaragoza.com](mailto:formacion@camarazaragoza.com)

En aquellas acciones formativas realizadas con la Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza se ofrece asesoramiento y tramitación gratuita ante la Fundación Tripartita de las correspondientes bonificaciones en seguros sociales por la formación de sus empleados (dados de alta en el Régimen General de la Seguridad Social).

Consulte las condiciones particulares de su empresa.