



**Curso de Gestión del Marketing en  
las Pymes**  
(80 horas)



# Curso de Gestión del Marketing en las Pymes

En Vértice Institute, conscientes de la necesidad de progreso y evolución de la sociedad actual, hemos desarrollado unos programas formativos adaptados a aquellos alumnos que quieran prepararse para incorporar en su perfil la adquisición de nuevos conocimientos o el reciclaje de los ya existentes, con el fin de alcanzar una meta personal o satisfacer una necesidad profesional.

El sistema de aprendizaje de todos nuestros cursos de formación se realiza a través de metodología online. El alumno contará con un temario actual y completo, fácilmente comprensible y con una clara vocación práctica. La evaluación perseguirá la asimilación correcta y de aplicabilidad real a través de diferentes recursos didácticos disponibles en el intuitivo y ameno campus virtual 3D.

Por otra parte, el alumnado obtendrá un seguimiento periódico y una atención de dudas permanente y personalizada a través del sistema de tutorías (vía campus virtual, telefónica o por correo electrónico) durante el periodo en el que transcurran los cursos. El claustro docente se compone de expertos procedentes tanto del mundo profesional como académico y con una dilatada experiencia en cada área de conocimiento.

Por tanto, la calidad de los contenidos, la versatilidad de los recursos tecnológicos y la profesionalidad de los tutores, terminan de conformar el conjunto de elementos necesarios para que el alumno pueda alcanzar con facilidad su objetivo marcado.

## Destinatarios

Trabajadores y desempleados.

## Objetivos

### Objetivos generales

- Dar a conocer al alumno el conjunto de técnicas y políticas de marketing y facilitar su aplicación en la gestión de las pymes, aumentando de esta manera su cualificación profesional y contribuyendo a su estabilidad en el puesto de trabajo.
- Proporcionar a los trabajadores una adecuada formación en materias que capaciten para desarrollar competencias y cualificaciones en puestos de trabajo que conlleven responsabilidades de gestión, para desarrollar de forma eficaz y organizar correctamente las políticas, estrategias, técnicas y tareas relativas al marketing de la empresa.

### Objetivos específicos

- Proporcionar al alumno conocimientos sobre el manejo de las políticas de marketing y su adecuada utilización para la satisfacción de los clientes y para la maximización del beneficio empresarial.
- Facilitar a los trabajadores de las pymes el conocimiento y clasificación de los productos, el ciclo de vida de los mismos, y fijación de precios, a la hora de competir con el resto de empresas.

# Programa

## Bloque 1

### **Tema 1: El marketing.**

- 1.1. Introducción
- 1.2. Principios y fundamentos del marketing
- 1.3. Conceptos del marketing
- 1.4. Desarrollo del marketing

### **Tema 2: Determinantes del marketing.**

- 2.1. Introducción
- 2.2. El consumidor
- 2.3. El comprador
- 2.4. La demanda
- 2.5. El mercado
- 2.6. La competencia
- 2.7. La empresa
- 2.8. El marco socio-económico, el marco político-legal, la coyuntura

### **Tema 3: Instrumentos del marketing I.**

- 3.1. Introducción
- 3.2. El producto
- 3.3. El precio

### **Tema 4: Instrumentos del marketing II.**

- 4.1. La promoción
- 4.2. El punto de venta
- 4.3. La distribución
- 4.4. La comunicación

### **Tema 5: La dirección de marketing.**

- 5.1. Introducción
- 5.2. La dirección estratégica de mercado
- 5.3. Planificación estratégica

### **Tema 6: Implantación de los planes operativos y revisión y control de los resultados.**

- 6.1. Implantación de los planes de operación
- 6.2. Revisión y control de resultados

## Bloque 2

### **Tema 1. Introducción.**

- 1.1. El marketing: conceptos y determinantes
- 1.2. Instrumentos del marketing
- 1.3. La dirección del marketing

### **Tema 2. La segmentación.**

- 2.1. Introducción

2.2. ¿Qué es la segmentación?

2.3. Clasificación de clientes

### **Tema 3. La segmentación de mercados industriales.**

3.1. Introducción

3.2. Identificación de los mercados industriales

3.3. ¿Qué problemas encontramos en la segmentación del mercado?

3.4. ¿cómo se elige el mercado meta?

3.5. ¿cuál es la situación competitiva de mi empresa?

### **Tema 4. El posicionamiento.**

4.1. Introducción

4.2. ¿Qué es el posicionamiento?

4.3. Factores determinantes del posicionamiento de la empresa?

4.4. Posicionamiento de producto y posicionamiento de consumidor

### **Tema 5. Del posicionamiento a la idea vendedora.**

5.1. Tipos de posicionamiento

5.2. Del posicionamiento al programa de creación

5.3. Elaboración del programa de creación

5.4. La presentación de la idea vendedora

5.5. ¿Cómo incorporar la idea vendedora en el producto?

5.6. Los ingredientes de una idea vendedora convincente

5.7. El arte de la comunicación

### **Tema 6. La campaña de publicidad.**

6.1. Introducción

6.2. El brief

6.3. El briefing

6.4. Investigación publicitaria

### **Tema 7. La decisión del presupuesto y del mensaje publicitario.**

7.1. La decisión del mensaje publicitario

7.2. ¿Cuál es el método recomendado para establecer el presupuesto de publicidad?

7.3. La decisión del mensaje

### **Tema 8. Medios para comunicar el mensaje.**

8.1. Introducción

8.2. La decisión del alcance, frecuencia e impacto del anuncio

8.3. La elección de los principales medios

8.4. La elección de los soportes dentro de un medio

8.5. La decisión del tiempo de emisión en los medios

8.6. La decisión del lugar geográfico de los medios

8.7. El marketing directo

## **Metodología**

En **Vértice Institute**, marcamos a nuestros alumnos un itinerario formativo basado en el "seguimiento continuo de los alumnos". Ponemos a disposición del alumno un orientador personal

que lo acompañará durante todo el proceso de formación. La metodología está basada en un uso intensivo de las nuevas tecnologías, creando un entorno de aprendizaje activo, próximo y colaborativo en el Campus Virtual. Se combinan así, la flexibilidad de los medios online con las ventajas de la formación presencial.

Nuestros recursos metodológicos:

1) **Foros de debate**, con manuales especializados y actualizados, casos prácticos y docentes altamente cualificados, que resolverán tus dudas a través de tutorías vía correo electrónico

2) Enseñanza interactiva con **herramientas multimedia y pruebas de autoevaluación** para verificar la asimilación de contenidos por parte del alumno.

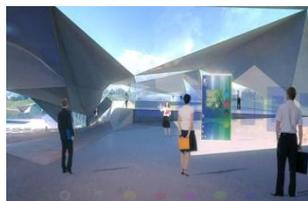
## Campus Vértice

El Campus Vértice es un espacio donde los alumnos pueden realizar los cursos elegidos de una forma ágil y sencilla. Se trata de un entorno virtual en 3D que reproduce todas las dependencias donde el alumno desarrollará los distintos momentos del proceso formativo (aula, biblioteca, auditorio, cafetería, sala de recrea servicios virtuales orientados a la formación, donde se puede interactuar con compañeros y profesores como lo haría en un centro de formación presencial. Por tanto, en Campus Vértice, gracias a la utilización de las Nuevas Tecnologías aplicadas a la formación, se encuentra albergada la óptima combinación de elementos y recursos pedagógicos que cubren todas las necesidades del proceso de aprendizaje.

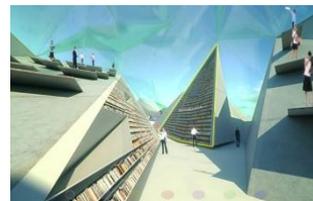
Este campus virtual en 3D al que el alumno tendrá acceso durante todo el curso, las 24 horas del día, facilita el correcto aprendizaje del contenido del curso, la participación en foros de debate, vídeos interactivos, ejercicios prácticos, contenido interactivo multimedia, autoevaluaciones, archivos de descarga, enlaces webs, acceso al contenido bibliográfico, permite la interrelación con otros alumnos y con el profesorado, y muchas más posibilidades.



Auditorio del Campus



Aula



Biblioteca

## Precio

El precio del curso es **90 €**. Una vez abonado y la matriculación completada, procederemos a darle inicio a su curso.

Posibilidad de pago en **dos mensualidades**.

## Duración

80 horas

## Diploma acreditativo

Al finalizar el curso, el alumno podrá obtener un certificado digital que acredite la realización de 80 horas de curso.

## Inscripción y formas de pago

Para matricularse deberá rellenar el formulario de inscripción que adjuntamos o bien cumplimentado la solicitud pinchando [aquí](#).

El pago del curso podrá realizarse de las siguientes formas:

- Transferencia Bancaria
- Domiciliación
- Tarjeta de crédito
- Paypal

Estamos a su disposición para cualquier duda o consulta:



**Madrid**  
C/ Magallanes, 1.

**Málaga**  
C/ Hilera, 14.

**Tlf:** 902 904 600  
**Fax:** 902 510 044

[info@verticeinstitute.com](mailto:info@verticeinstitute.com)  
**[verticeinstitute.com](http://verticeinstitute.com)**