



DETERMINANTES DEL MARKETING

Sku: 4473EC

Horas: 10

OBJETIVOS

Conocer los productos: clasificación, cartera y decisiones estratégicas sobre productos y servicio. Analizar las decisiones sobre productos, servicios, precios, distribución y promociones.

CONTENIDOS

1. Introducción. 2. Decisiones sobre productos y servicios. Clasificación del producto. La cartera de producto. Decisiones estratégicas sobre productos y servicio. 3. Decisiones sobre precios. Condicionantes en la fijación de precios. Métodos para la fijación de precios. 4. Decisiones sobre distribución. Tipos de intermediarios. Decisiones sobre promociones. Publicidad. Promoción de ventas. Relaciones públicas. Marketing directo. Venta personal. 5. Decisiones sobre promociones. Publicidad. Promoción de ventas. Relaciones públicas. Marketing directo. Venta personal.