

Marketing Aplicado: Estrategias y Herramientas para Empresas

Economía, Administración & Contaduría | Marketing y publicidad | para estudiantes universitarios | 16 semanas

Descripción del Curso

Este curso ofrece una visión integral sobre la aplicación práctica del marketing en el contexto empresarial actual. Está diseñado para estudiantes universitarios de las áreas de Economía, Administración y Contaduría que deseen comprender cómo el marketing influye en la toma de decisiones y en el éxito organizacional. A lo largo de 16 semanas, se exploran conceptos fundamentales, técnicas y herramientas que facilitan la implementación de estrategias de marketing efectivas en diversos tipos de empresas.

El enfoque metodológico combina teoría con análisis de casos reales, actividades prácticas y proyectos colaborativos, fomentando el aprendizaje activo y el desarrollo de habilidades aplicadas. Los estudiantes aprenderán a identificar oportunidades de mercado, diseñar planes de marketing, gestionar campañas publicitarias y evaluar resultados desde una perspectiva crítica y estratégica.

Al finalizar el curso, los participantes serán capaces de aplicar conceptos y técnicas de marketing para resolver problemas empresariales concretos, potenciar el posicionamiento de productos y servicios, y contribuir a la generación de valor dentro de una organización.

Objetivos Generales

- Comprender y explicar los fundamentos teóricos y prácticos del marketing aplicado en empresas.
- Desarrollar planes de marketing basados en análisis de mercado y comportamiento del consumidor.
- Implementar técnicas de publicidad y promoción adaptadas a diferentes segmentos y canales.
- Evaluar resultados de campañas y estrategias para optimizar la toma de decisiones empresariales.
- Integrar conceptos de marketing en la solución de problemas empresariales reales.

Competencias

- Analizar el entorno empresarial y de mercado para identificar oportunidades y amenazas relevantes para el marketing.
- Diseñar estrategias de marketing adaptadas a las características y objetivos específicos de diferentes empresas.
- Aplicar herramientas y técnicas de publicidad y promoción para incrementar la visibilidad y el posicionamiento de productos o servicios.
- Evaluar el impacto y la eficacia de las campañas de marketing mediante indicadores cuantitativos y cualitativos.

- Integrar conceptos multidisciplinarios para la toma de decisiones estratégicas en marketing dentro de un contexto empresarial.

Requerimientos

- Conocimientos básicos de economía y administración.
- Habilidades informáticas para el manejo de software de presentación y análisis de datos.
- Acceso a internet para investigación y recursos digitales.
- Capacidad para trabajo colaborativo y análisis crítico.

Unidades del Curso

Unidad 1: Introducción al Marketing y su Aplicación Empresarial

Unidad 2: Análisis del Entorno y Comportamiento del Consumidor

Unidad 3: Investigación de Mercados para la Toma de Decisiones

Unidad 4: Diseño de Estrategias de Marketing

Unidad 5: Marketing Digital y Nuevas Tendencias

Unidad 6: Publicidad y Promoción Aplicadas

Unidad 7: Gestión de Marca y Posicionamiento

Unidad 8: Evaluación y Control de Estrategias de Marketing