

Taller de Marketing

TALLER 1 – MARKETING

OBJETIVO DEL TALLER – consolidar en el alumno los conceptos aprendidos durante el desarrollo del master y ofrecerle una aplicación práctica de los mismos trasladando dichos conceptos a situaciones reales extraídas del mundo empresarial.

METODOLOGÍA – la metodología del taller es eminentemente práctica mediante la realización de casos prácticos y actividades de grupo que ocuparán, al menos, el 80% del tiempo de desarrollo del taller. La parte de tiempo restante no se plantea como teórica sino como aclaratoria de conceptos y de resolución de dudas de los alumnos.

CONTENIDO- el taller versará sobre los siguientes contenidos:

Concepto general del marketing

Caso práctico – Introducción al marketing

Investigación de Mercados

Actividad práctica – análisis de datos estadísticos de población según tablas INE

Marketing estratégico

Actividad práctica – Elaboración de herramientas de análisis estratégico

Política de precios

Actividad practica – Ejercicios de cálculo de precios

Política de Producto

El caso POST IT de 3M

Política de Distribución

El caso Viking Direct

Política de Comunicación /Publicidad

El caso Kores (promoción de ventas)

Actividad práctica de análisis de spots publicitarios

TALLER 2 – DIRECCIÓN COMERCIAL

OBJETIVO DEL TALLER – consolidar en el alumno los conceptos aprendidos durante el desarrollo del master y ofrecerle una aplicación práctica de los mismos trasladando dichos conceptos a situaciones reales extraídas del mundo empresarial.

METODOLOGÍA – la metodología del taller es eminentemente práctica mediante la realización de casos prácticos y actividades de grupo que ocuparán, al menos, el 80% del tiempo de desarrollo del taller. La parte de tiempo restante no se plantea como teórica sino como aclaratoria de conceptos y de resolución de dudas de los alumnos.

CONTENIDO- el taller versará sobre los siguientes contenidos:

Dirección de ventas

Actividad práctica de creación de un departamento comercial

La gestión del equipo comercial

Actividad práctica d organización de equipos comerciales multidisciplinares

Negociación



Escuela Europea
de Dirección y Empresa

Asociado a



Real Centro Universitario

Escorial - María Cristina

ADSCRITO A LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Taller de Marketing

Actividad práctica de negociación
Caso práctico Grupo Sport
Entrevista comercial
Actividad práctica de preparación y desarrollo de una entrevista comercial
Caso práctico Tintas La Mancha
La gestión de la cartera de clientes
Caso práctico Conservas Del Mar