

Estrategias de marketing en pequeños negocios o microempresas

Modalidad: curso e-Learning Duración: 25 horas

Categorías: Administración y gestión

OBJETIVOS

- Definir los elementos de soporte y de difusión de la identidad o imagen corporativa en un pequeño negocio a partir de las características de los productos o servicios y del segmento de mercado
- Diferenciar los elementos de las acciones de comunicación más habituales para distintos tipos de pequeños negocios –campañas publicitarias, promocionales y relaciones públicas– distinguiendo las principales ventajas y desventajas de cada uno de ellos en función del tipo de producto/servicio.

CONTENIDOS

1. Planificación de marketing.
2. Determinación de la cartera de productos.
3. Gestión estratégica de precios.
4. Canales de comercialización.
5. Comunicación e imagen de negocio.
6. Estrategias de fidelización y gestión de clientes.