

APLICACIÓN DEL MARKETING EN EMPRESAS DE RESTAURACIÓN

20
HORAS

DESCRIPCIÓN

En este curso aprenderemos las técnicas más eficaces del marketing aplicadas a las empresas de restauración: segmentación de mercado, marketing mix, políticas y directrices, información de mercado, planificación de medios y marketing directo.

OBJETIVOS

Obtener un conocimiento práctico y profundo de los puntos clave que nos permitirán alcanzar la mejor posición competitiva de nuestra empresa, aprovechando todas las técnicas y herramientas que el marketing pone a nuestra disposición.

Aprender a utilizar las técnicas de marketing a las empresas del sector de la restauración para conseguir un mejor posicionamiento de las mismas ante la competencia:- Marketing de servicios - Segmentación del mercado - Marketing Mix - Políticas y directrices - Información de mercado - El Plan de Marketing - Plan de medios: comunicación, marca, publicidad, relaciones públicas - Marketing directo: venta personal, fidelización, e-marketing, lopd

CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN: APLICACIÓN DEL MARKETING A LAS EMPRESAS DE RESTAURACIÓN:
Introducción: La cocina.

UNIDAD 1: FUNDAMENTOS DEL MARKETING: Fundamentos del marketing - Visión histórica del marketing - Producto VS Servicio - Marketing de servicios: Diferencias - Test Unidad 1.

UNIDAD 2: SEGMENTACIÓN DEL MERCADO: El Mercado Objetivo - Mercados y segmentos - Influyentes en el consumidor - Motivación - Segmentación del mercado - Tipos de Segmentación - Mercado meta - Autopráctica - Orientación del marketing - Autopráctica - Segmentación - Test Unidad 2.

UNIDAD 3: EL MARKETING MIX. ELEMENTOS Y ESTRATEGIAS: Marketing mix - I.- Posicionamiento - II.- Posicionamiento - ¿Cómo hacer que el cliente piense en mí? - Producto - Ciclo de vida del producto - Política de precios - Criterios de fijación de los precios - Los modelos de fijación de precios - Construcción de precios - Punto muerto - Construcción de precios mediante márgenes - Fijación de los precios en base a la competencia - Fijación de precios en función de la demanda - Definir un precio para un producto nuevo - ¿Cuándo se puede alterar un precio? - Estrategias de distribución - Las 3 Ps del sector servicios - Autopráctica- Posicionamiento - Autopráctica - Producto - Autopráctica - Fijación de precios - Test Unidad 3.

UNIDAD 4: POLÍTICAS Y DIRECTRICES DEL MARKETING: Diseñar una estrategia de marketing - Políticas y estrategias - Cadena de valor - La competencia - Fuerzas competitivas - Estrategias competitivas - DAFO - Autopráctica - Visión y misión - Autopráctica - Toma de opciones estratégicas - Autopráctica - DAFO - Autopráctica - Análisis de la competencia - Test Unidad 4.

Unidad 5: INFORMACIÓN DE MERCADO: Investigación de Mercado - El cuestionario - Estudiar la Demanda en Casa - Autopráctica - Investigación de mercado - Test Unidad 5.

Unidad 6: EL PLAN DE MARKETING: Plan de Marketing - Autopráctica - Elaboración del plan de marketing - Autopráctica - Puesta en marcha del plan de marketing - Test Unidad 6.

Unidad 7: PLANIFICACIÓN DE MEDIOS: Imagen e Identidad - Promoción y Comunicación Mix - Plan de Comunicación - La Marca - Características de la Marca - Publicidad - Las Relaciones Públicas - Autopráctica - Características de marca - Test Unidad 7.

Unidad 8: MARKETING DIRECTO. TÉCNICAS Y ARGUMENTARIOS: Marketing Directo - Venta Personal - Argumentario - Merchandising - Promoción - Customer Relationship Management - Fidelización - El Peligro de un Cliente Insatisfecho - Trabajar En Entornos Digitales - E-Marketing - La Ley de Protección de Datos Personales - Autopráctica - Fidelización - Autopráctica - Argumentación de la venta - Test Unidad 8.