

Aplicación del Marketing en Empresas de Restauración

Duración: 56 horas.

Modalidad: online

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

- **1. Introducción: La cocina**
 - Introducción: La cocina
- **2. Fundamentos del Marketing**
 - Fundamentos del Marketing
 - Fundamentos del marketing
 - Visión histórica del marketing
 - Producto VS Servicio
 - Marketing de servicios: Diferencias
 - Documentación
- **3. Test Unidad 1**
 - Test Unidad 1
- **4. Segmentación del Mercado. El Mercado Objetivo**

- 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
- Documentación
- **5. Test Unidad 2**
 - Test Unidad 2
- **6. El Marketing Mix. Elementos y Estrategias**
 - 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
- Documentación
- **7. Test Unidad 3**
 - Test Unidad 3
- **8. Políticas y Directrices del Marketing**
 - 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
 - Documentación
- **9. Test Unidad 4**
 - Test Unidad 4
- **10. Información de Mercado**
 - Información de Mercado
 - Investigación de Mercado

- El cuestionario
- Estudiar la Demanda en Casa
- Autopráctica – Investigación de mercado
- Documentación
- **11. Test Unidad 5**
 - Test Unidad 5
- **12. El Plan de Marketing**
 - El Plan de Marketing
 - Plan de Marketing
 - Autopráctica – Elaboración del plan de marketing
 - Autopráctica – Puesta en marcha del plan de marketing
 - Documentación
- **13. Test Unidad 6**
 - Test Unidad 6
- **14. Planificación de Medios**
 - 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
 - Documentación
- **15. Test Unidad 7**
 - Test Unidad 7
- **16. Marketing Directo. Técnicas y Argumentarios**
 - 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
- Documentación
- **17. Test Unidad 8**
 - Test Unidad 8