

Marketing y planificación comercial



Debido a la creciente demanda de cervezas de buena calidad, así como las actuales circunstancias del mercado laboral, estamos asistiendo al surgimiento de una miríada de microcerveceras con productos de muy alta calidad.

Por tanto es fundamental saber marcar la diferencia entre nuestros productos y los de la competencia,

y para ello no vale sólo con hacer la mejor cerveza: es preciso saber venderla, saber vestirla de aquello que convierte una botella de vidrio en un producto atractivo al consumidor.

Descripción

En este módulo trataremos los conceptos claves del Marketing y de la Planificación Estratégica. Analizaremos aspectos como el Comportamiento del Consumidor, Gestión de Producto y Marca, Distribución, Gestión Comercial y Comunicación y profundizaremos en ejemplos prácticos de diferentes modelos de negocio relacionados con la producción y distribución cervecera.

Objetivos

- Dotar al alumno del conocimiento y del pensamiento estratégico para diseñar y ejecutar un plan de marketing integral desde el análisis de las necesidades del consumidor/cliente y del entorno competitivo
- Identificar y establecer el posicionamiento de la marca y sus valores
- Asesoramiento acerca del registro y protección de una marca

Temario

- Sociología del consumo
- La gestión de Marketing. Conceptos y Herramientas
- Planificación estratégica
- Creación de valor y ventaja competitiva. Análisis del precio de venta al público
- Desarrollo de la Imagen de marca
- Trade Marketing y Marketing Relacional
- Relaciones Públicas y Eventos. Comunicación low cost con un alto impacto
- Estudio de un caso práctico



Número de créditos: 1'5 créditos ECTS

Semana de docencia: Semana 7

Profesorado: Francisco García Asensi y Ricardo Sellers