***Presentación del curso***

**Nombre:** Diseño integral de planes de marketing

**Modalidad:** Virtual

**Duración:** 40 horas

**Entorno de aprendizaje:** Autoestudio: Aula virtual Moodle

**Descripción general:**

En esta capacitación de Diseño Integral de Planes de Marketing, exploraremos las estrategias fundamentales para crear planes efectivos que impulsen el éxito de cualquier empresa. Desde la investigación de mercado hasta la implementación de estrategias de comunicación integradas, aprenderás a desarrollar planes de marketing completos y adaptados a las necesidades específicas de tu negocio. Este curso te brindará las herramientas y conocimientos necesarios para destacarte en un mercado competitivo y alcanzar tus objetivos de crecimiento y rentabilidad.

**Público objetivo:**

El curso está dirigido al público en general no necesita conocimientos previos.

**Objetivo general:**

Dotar a los participantes de los conocimientos, habilidades y herramientas necesarias para diseñar y ejecutar planes de marketing integrales y efectivos, orientados a maximizar el impacto de las estrategias de marketing en el crecimiento y la rentabilidad de las organizaciones.

**Contenido:**

Módulo 1

* Introducción al plan de marketing
* Definición y propósito del plan de marketing
* Importancia del marketing en la estrategia empresarial
* Visión general del proceso de planificación

Módulo 2:

* Análisis de la situación
* Investigación de mercados: métodos y fuentes
* Análisis FODA
* Evaluación de la competencia y tendencias del mercado

Módulo 3:

* Definición de objetivos y metas
* Establecimiento de objetivos SMART
* Vinculación de objetivos a la misión y visión de la empresa
* Jerarquía de objetivos corporativos, de marketing y de comunicación

Módulo 4:

* Estrategias de marketing
* Segmentación de mercados y perfil del cliente
* Posicionamiento de marca y propuesta de valor única
* Estrategias de crecimiento: penetración, desarrollo de productos, diversificación

Módulo 5:

* Tácticas y herramientas de marketing
* Marketing mix
* Marketing digital
* Marketing tradicional

Módulo 6:

* Presupuesto de marketing
* Métodos para establecer un presupuesto de marketing
* Asignación de recursos según las tácticas y estrategias
* Monitoreo y ajuste del presupuesto

Módulo 7:

* Implementación del plan de marketing
* Desarrollo de un plan de acción detallado
* Coordinación de equipos y recursos
* Gestión de plazos e hitos

Módulo 8:

* Evaluación y mejora continua
* Establecimiento de KPIs
* Evaluación de la efectividad del plan
* Ajustes y mejoras para futuras iteraciones.

**Perfil del capacitador:**

Ing. Enrique Usuay Erazo

Ingeniero comercial con mención en marketing por la Universidad Politécnica Salesiana, cuarto año de la Licenciatura en ciencias de la educación mención física y matemática en la Universidad Técnica Particular de Loja, primer año de una Maestría en administración de empresas en la Universidad Politécnica Salesiana, cursando una maestría en Pedagogía.