

Javier Regueira

www.javierregueira.com

javier@javierregueira.com

☎ (699) 957434

.....

Plan de Marketing

Javier Regueira:

- Licenciado CC.EE. Europeas E-4 (ICADE), Máster en Marketing URJC y Doctorando en Marketing de Contenidos URJC.
- Socio Dialogue Manager de [Pop Up Música](#).
- Profesor de Marketing, Branding y Emprendimiento en distintas escuelas de negocio.
- [Blogger](#) y autor de "[El gran hermano ha muerto](#)" (Ed. Esic) y "[Game Over: los 13 errores que me llevaron a cerrar mi empresa](#)" (Ed. Netbiblo).
- Speaker en temas empresariales y de marketing.
- 15 años de experiencia en Marketing y Publicidad (Grey Advertising, Imperial Tobacco, BDF Nivea, Leo Burnett).

Enfoque:

La velocidad de los procesos de cambio en los mercados actuales se ha disparado. Las necesidades cambiantes de los consumidores, la creciente competitividad y la saturación nos obligan a desarrollar proactivamente la estrategia de marca.

El plan de marketing es el hilo conductor de la actividad de la empresa, ya que permite trasladar la estrategia corporativa y de marca a pie de mercado.

Qué aprenderás:

1. Conceptos y definiciones clave en Marketing.
2. El ciclo de planificación en Marketing.
3. Análisis interno y externo: cómo definir y encontrar la información que necesitamos.
4. Diagnóstico DAFO: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.
5. Fijación de objetivos. Cómo cuantificar un objetivo comercial.
6. Estrategia. Definir el mejor camino para alcanzar nuestros objetivos haciendo el mejor uso de nuestros activos y explotando las oportunidades detectadas en el mercado.
7. Marketing mix: como planificar un mix de actividades coherente con mi estrategia en materia de producto, comunicación, distribución y precio.
8. Presupuesto de marketing.
9. Previsiones financieras.
10. Cómo establecer timings y critical paths.

A quién va dirigido:

- Empresas de todos los sectores interesadas en realizar una planificación de marketing proactiva y añadir valor a sus marcas.
- Empresas de nueva creación en fase de definición de su oferta.
- Profesionales del Marketing y área Comercial.

Duración:

20 a 30 horas.