idara

CURSO PRÁCTICO DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

El curso muestra una visión global y práctica del marketing y la comercialización de productos agroalimentarios, poniendo un especial énfasis en la dimensiones táctica y estratégica, con el objetivo de ofrecer, a las empresas participantes, una visión ampliada de los aspectos más relevantes del proceso de comercialización y marketing, enfocado desde una perspectiva eminentemente práctica.

MÁLAGA

Este curso tiene carácter gratuito y está diseñado en el marco del proyecto IDARA, promovido por la Diputación de Málaga, a través del Programa de Cooperación Transfronteriza España-Fronteras Exteriores (POCTEFEX), y financiado en un 75% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

A QUIÉN VA DIRIGIDO

El curso está dirigido a empresas y profesionales relacionados con el sector agroalimentario, que deseen profundizar en la gestión práctica de los procesos de comercialización y marketing

PLAZO DE INSCRIPCIÓN

Hasta el 9 de mayo de 2014 (Plazas limitadas)

LUGAR DE CELEBRACIÓN

Centro La Térmica. Sala Estepona
(Antiguo Centro Cívico)
Avda. de Los Guindos , 48 - 29004 MÁLAGA

FECHA Y HORARIOS

El curso se impartirá en 2 sesiones de 6 horas, los viernes 16 y 23 de mayo, en horario de mañanas de 9:30 a 14:00 y tardes de 16:00 a 18:00 horas

INSCRIPCIÓN

Enviar un correo electrónico indicando teléfono, nombre y apellidos, nombre de la empresa y DNI a idara@sopde.es

CONTENIDO

BLOQUE 1. MARKETING DEL SECTOR AGROALIMENTARIO

- Concepto marketing agroalimentario
- Concepto marketing distribución almentaria
- Marketing en el origen del producto; agricultor versus proveedor
- Marketing en nuestro centro de producción
- Creación de un departamento de marketing especializado en el sector
- Definición de las políticas de marketing
- Desarrollo de protocolos y métodos de gestión del marketing
- Marketing & Comercial. La empresa orientada al cliente
- Marketing táctico = ¿ventas?
- Logística & Marketing
- Comunicación especializada. No todo vale en el sector
- Marketing Online. Adecuar las herramientas al sector agroalimentario

BLOQUE 2. MARCA. IDENTIDAD CORPORATIVA

- Conceptos Imagen de Marca e Identidad Corporativa
- Marca o producto. ¿Se compra por imagen?
- Variables que intervienen en la marca
- Notoriedad de marca. Capacidad de crear ventajas competitivas

BLOQUE 3. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS

- Análisis interno
- Análisis capacidad de competir de la empresa
- Análisis entorno mercado objetivo. Segmentación eficaz
- Benchmarking. Conceptos prácticos
- Conclusiones. Caso práctico. Establecimiento de estrategias y políticas de marketing

BLOQUE 4. PLAN DE MARKETING

- Conceptos
- Desarrollo del plan de marketing
- Como ejecutar adecuadamente un plan de marketing agroalimentario
- Conclusiones. Caso práctico. Errores en los planes de las pymes agroalimentarias

BLOQUE 5. CASOS PRÁCTICOS

- Marketing Táctico
- Marketing Internacional
- Nuestro marketing, ¿es sólo etiquetado y recetas?

+ INFO
Centro Integral de Apoyo a la PYME
952 029 107 José Manuel García Mesa

Programa Cooperación Transfronteriza España-Fronteras Exteriores
Unión Europea
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Invertimos en su futuro
diputación de málaga
sopde.es
Sociedad de Planificación y Desarrollo