

# ESTRATEGIAS DE MARKETING EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS.

---

Modalidad: curso e-Learning Duración: 25 horas

Categorías: Administración y gestión

## OBJETIVOS

Definir los elementos de soporte y de difusión de la identidad o imagen corporativa en un pequeño negocio a partir de las características de los productos o servicios y del segmento de mercado. Diferenciar los elementos de las acciones de comunicación más habituales para distintos tipos de pequeños negocios -campañas publicitarias, promocionales y relaciones públicas- distinguiendo las principales ventajas y desventajas de cada uno de ellos en función del tipo de producto/servicio.

## CONTENIDOS

1. Planificación de marketing. 2. Determinación de la cartera de productos. 3. Gestión estratégica de precios. 4. Canales de comercialización. 5. Comunicación e imagen de negocio. 6. Estrategias de fidelización y gestión de clientes.

