

Proveedor de educación elegido por más de 400000 profesionales en todo el mundo

Nivel de certificación profesional estrategia de marketing



Que aprenderán los participantes

- Los participantes serán capaces de definir un producto o el valor único de propuesta de marcas, mercados objetivo, y estrategias para conectar con audiencias definidas.
- Profesionales certificados en estrategia de marketing SMstudy son facilitadores quienes se aseguran de que las estrategias de marketing bien planificadas están puestas en orden para satisfacer los objetivos propuestos por la estrategia corporativa de marketing o unidad de negocios/ estrategias geográficas.

Pautas del examen

Un examen supervisado en línea será dirigido al final del curso.

El formato del examen es como el siguiente:

- Opción múltiple.
- 100 preguntas para el examen.
- Una marca otorgada por cada respuesta correcta.
- Sin marcas negativas para respuestas incorrectas.
- Duración de 120 min.

Aportes

- Videos en línea de alta calidad.
- Materiales de estudio classroom.
- Apps móviles.
- Estudio de casos atractivos.
- Examen simulado completo.
- Pruebas por capítulo.
- Guías de estudio y podcast.
- Certificación profesional SMstudy en marketing digital por SMstudy.

Perfil de la audiencia

esta certificación es apropiada para cualquiera quien esté interesado en convertirse en un profesional en estrategia de marketing.

Prerrequisitos

No existe un prerrequisito formal para esta certificación. Sin embargo, es preferible completar la certificación de asociado SMstudy en estrategia de marketing y estudiar los procesos recomendados de la guía SMstudy - libro de estrategia de marketing antes de aplicar para la certificación profesional SMstudy. Todos los recursos además se proveen como parte de un curso de certificación en línea.

Proveedor de educación elegido por más de 400000 profesionales en todo el mundo

Nivel de certificación profesional estrategia de marketing



Esquema del curso

Introducción

- Evolución de las ventas y marketing
- Estrategia corporativa y su relación con

ventas y marketing

- Aspectos de ventas y marketing
- Niveles de ventas y estrategias de marketing

Analizar oportunidad de mercado

- Determinar fortalezas y debilidades
- Determinar oportunidades y amenazas

Definir competencia, posicionamiento y objetivos

- Identificar competencias
- Seleccionar segmentos objetivo
- Crear posicionamiento diferenciado

Determinar precio y estrategias de distribución

- Determinar estrategias de precio
- Determinar estrategias de distribución

Determinar métricas, objetivos, aspectos de marketing y locación de presupuesto

- Determinar métricas
- Determinar objetivos
- Decidir aspectos de marketing y alocar presupuesto

Las secciones de teoría mencionadas aquí están respaldadas por casos de estudio, ejercicios y simulaciones para aprendizaje práctico y experimental.