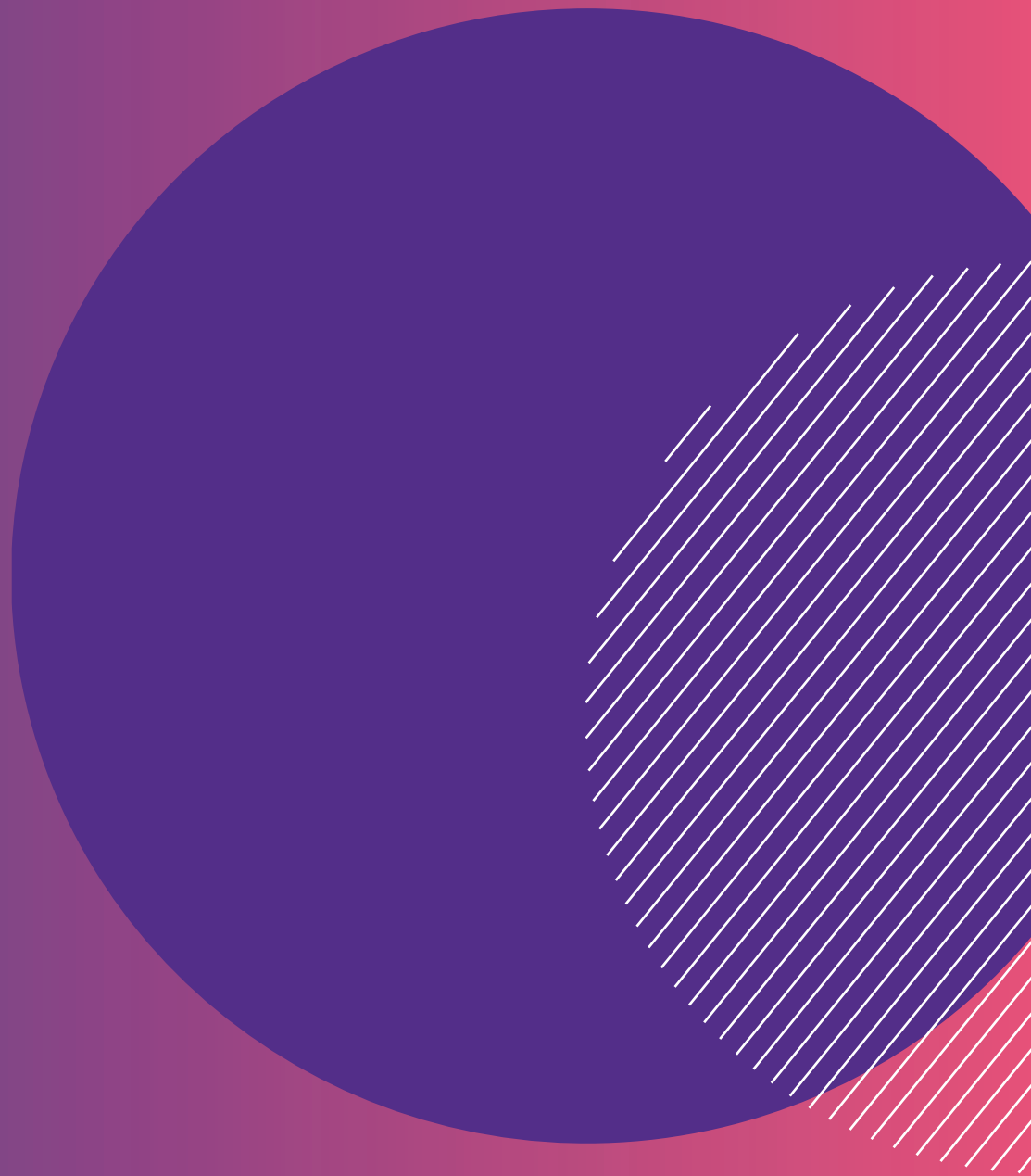







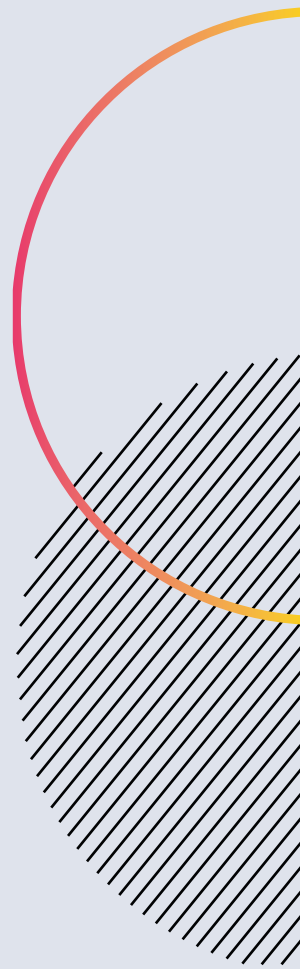
TOULOUSE
LAUTREC

Introducción al Marketing 4.0



Contenido

Presentación	3
 Competencia	3
 Capacidades	3
 Tiempo de dedicación a tu curso	3
 ¿Cuáles son nuestros insumos?	3
 Organización de los contenidos	4



Competencia

Diseña un plan de marketing enfocado en la estrategia del nuevo marketing con el fin de mejorar el desempeño de la organización, considerando el contexto empresarial moderno.

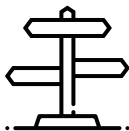
Capacidades


Módulo 1	Módulo 2	Módulo 3
Infiere las prácticas de mercadotecnia tradicionales de una organización en base a los datos investigados.	Propone una estrategia enfocada a una variable del marketing mix que responda al contexto de la organización.	Elabora un plan de marketing dirigido a un contexto empresarial moderno y, a los objetivos de la organización.


Tiempo de dedicación a tu curso


El curso es 100% online, está distribuido en 3 módulos. La duración del curso es de 5 horas, las cuales deberás distribuir para revisar los recursos y resolver las actividades.

¿Cuáles son nuestros insumos?

- 

Guía de estudio
 Todos los contenidos y actividades descritos, para guiarte en el desarrollo del curso.
- 

Pildoras de conocimiento
 Audiovisuales con tu docente para explicar de manera amigable los contenidos de cada módulo.
- 

Presentaciones interactivas
 Contenido explicativo interactivo sobre los temas de cada módulo.
- 

Actividades
 Autoevaluaciones y foro para fortalecer y compartir tus aprendizajes.



 **Organización de los contenidos y actividades**

Módulo	Contenidos	Actividades asíncronas
1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presentación del curso. ▪ El origen del nuevo marketing y sus principios. ▪ La evolución del mercado y del marketing. ▪ El marketing holístico. 	<p>Revisa los videos y la presentación interactiva</p> <p>Resuelve la autoevaluación</p>
2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Selección de las variables de marketing mix (en base al nuevo contexto y nuevos comportamientos). ▪ Estrategias de las variables del marketing mix. 	<p>Revisa los videos y la presentación interactiva</p> <p>Resuelve la autoevaluación</p>
3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adecuación de las variables del mix del nuevo marketing al plan de marketing. ▪ Adaptación del plan al contexto actual (análisis externo e interno). ▪ El futuro del mercado y el comportamiento social digitalizado. 	<p>Revisa los videos y la presentación interactiva.</p> <p>Resuelve la autoevaluación.</p> <p>Participa del Foro de cierre del curso.</p>