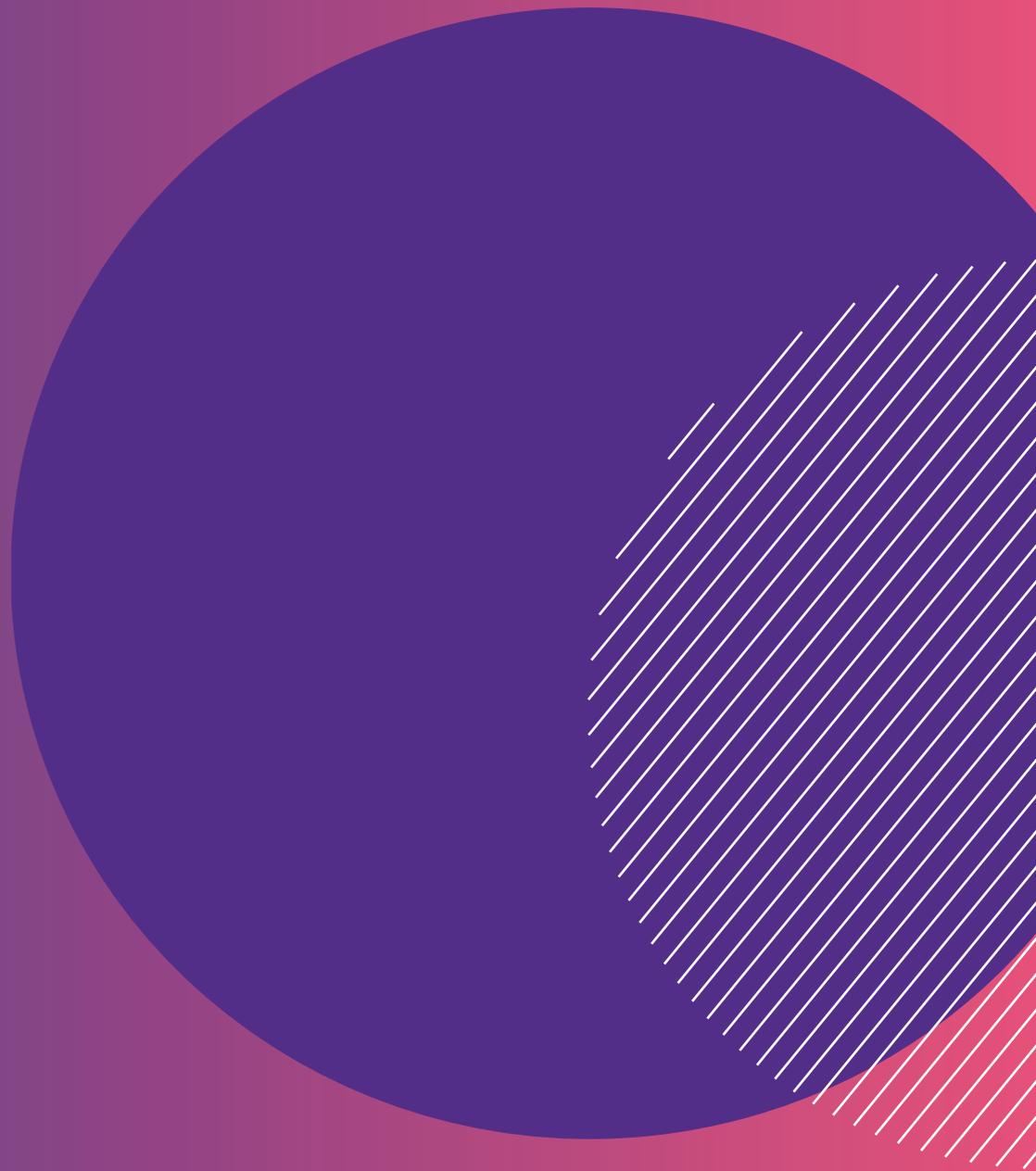


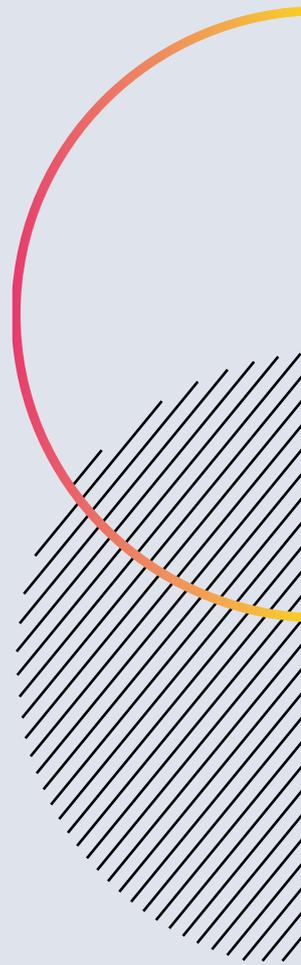
**TOULOUSE**  
**LAUTREC**

# Introducción al Marketing 4.0



# Contenido

<b>Presentación</b>	<b>3</b>
📖 Competencia	<b>3</b>
📖 Capacidades	<b>3</b>
🕒 Tiempo de dedicación a tu curso	<b>3</b>
🔍 ¿Cuáles son nuestros insumos?	<b>3</b>
📄 Organización de los contenidos	<b>4</b>



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