



## **ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN**

### **Contenidos**

#### *Unidad 1.*

La Ciencia de la Economía: Objeto de estudio. Realidad, atributos, dimensiones y campos. La Técnica Económica: Realidad, atributos, dimensiones y campos. Evolución. La disciplina del Marketing. La función comercial en la empresa. Evolución. Las diferencias semánticas observables: Comercialización, Marketing y Ventas.

#### *Unidad 2.*

Lo Macro: La actividad económica. El problema económico. Economía descriptiva, analítica y política. Economía positiva y normativa. El sistema económico. La organización económica. Funciones económicas del Estado. Las leyes económicas. Medición de la actividad económica. El flujo circular de la renta. Oferta y demanda agregadas. El Entorno Económico de la Empresa. El Mercado de los Factores de la Producción. El Mercado de Bienes y Servicios. El Flujo circular de la Renta. El Sector Público. El Sector Externo.

#### *Unidad 3.*

Lo Micro: La oferta, la demanda y el mercado. Oferta, demanda, utilidad, utilidad marginal. Ley de utilidad. Curvas de indiferencia. Presupuesto del consumidor. Equilibrio. Curva de demanda. Elasticidad y tipologías.

*Unidad 4.*

Marketing estratégico. Investigación de mercado. Consumidor. Segmentación. Posicionamiento. Las Estrategias de comercialización I: empresariales, competitivas, corporativas, funcionales y operativas. Las Estrategias de comercialización II: Segmentación. Básicas o genéricas. De crecimiento intensivo, integrado y diversificado.

*Unidad 5.*

Marketing operativo. Las variables controlables. Estrategias de comercialización III: Producto. Precio. Plaza. Promoción. Marketing directo. Marketing digital. El comercio electrónico.

*Unidad 6.*

Formas de comercio. Globalización. Comercio internacional. Los mercados internacionales. La gestión de exportaciones. El proceso. Pasos.