

PLAN DE ESTUDIOS



- 1
 - Generalidades del marketing estratégico
 - Plan de marketing
 - Tácticas de ventas
 - Auditoría de marketing
- 2
 - Segmentación y comportamiento del consumidor
 - Publicidad y promoción
 - Estrategias de comercialización
 - Inteligencia de mercados
- 3
 - Comunicación integral de marketing
 - Plan y agenda editorial de redes sociales
 - Arquitectura de conversión
 - Marketing B2C
- 4
 - Sistemas y procesos de CRM
 - Gestión y control de campañas
 - Costos de proyectos
 - Marketing B2B