

FD5: ELABORACIÓN DE PLANES DE COMUNICACIÓN Y MARKETING EMPRESARIAL EN MATERIA DE ECO-RESPONSABILIDAD: OFERTA DE SERVICIOS Y PRODUCTOS RESPONSABLES.

Fecha: abril 2010-junio 2010

Modalidad: On-Line

Horas lectivas: 50 horas

Nº de plazas: 20.

Objetivos:

- Presentar las principales herramientas teóricas y prácticas para incorporar el concepto de “eco-responsabilidad” en las decisiones de marketing.
- Fomentar el conocimiento del marketing y, a la vez, su aplicación en las actividades empresariales despertando un comportamiento respetuoso con el medio ambiente, social y ético de manera que se pueda hablar de productos y consumidores responsables
- Conocer y aplicar las herramientas que proporciona el marketing ambiental en el desarrollo de cualquier actividad empresarial. Aprender la definición de marketing ambiental, tanto a nivel empresarial como social
- Realizar Plan de comunicación para integrar la empresa en el mercado económico eco-responsable

Personas destinatarias:

Trabajadores y trabajadoras de PYMES andaluzas que quieran potenciar la eco-responsabilidad empresarial y crear nuevas empresas relacionadas con este sector y la Compra Pública Responsable para la mejora de su situación actual y la potenciación de su empresa.

Contenidos:

Unidad Didáctica 1. Conceptos clave

1. Comunicación Empresarial
2. Desarrollo Sostenible y Eco-responsabilidad
3. Liderazgo Ambiental
4. Marketing Social

Unidad Didáctica 2. La comunicación empresarial en clave de eco-responsabilidad

1. Antecedentes
2. Situación actual
3. Perspectivas de futuro

Unidad Didáctica 3. Marketing Eco-responsable

- 1: Mecanismos Voluntarios de Mercado

2: Marketing Ambiental: Situación actual y tendencias

3: Estrategia del Marketing Eco-responsable

4: El consumidor con enfoque responsable.

Unidad Didáctica 4. Criterios básicos en comunicación de la ecoresponsabilidad

1. Introducción
2. Claves de un producto eco-responsable
3. Tipo de productos
4. Principales Clientes

Unidad Didáctica 5. Cómo realizar un Plan de Comunicación en materia de Eco-responsabilidad

1. Análisis de la Empresa y del sector a que pertenece
2. Definición de Metas y Objetivos
3. Definición del Público objetivo

4. Medios clave de comunicación
5. Implementación dentro y fuera de la empresa