



Curso Superior en Gestión empresarial: Marketing y Comercialización

+ Información Gratis

Curso Superior en Gestión empresarial: Marketing y Comercialización

duración total: 150 horas horas teleformación: 75 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

descripción

Uno de los elementos clave en el buen avance de cualquier empresa, y sobre todo, en la forma de darse a conocer a futuros clientes y consumidores es la publicidad y la comunicación que se realiza desde la empresa hacia el consumidor, pues es bien sabido que sin ella, es mucho más complicado darse a conocer al público.

A lo largo del curso superior en Marketing y comercialización vamos a ir analizando las diferentes cuestiones que entran en juego en este ámbito, tales como la comunicación o la publicidad como elemento comunicativo, la creatividad y la importancia del medio online.



^{*} hasta 100 % bonificable para trabajadores.

a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Adquirir conocimientos sobre el mercado.
- Conocer la segmentación del mercado.
- Adquirir competencias para realizar estudios de mercado.
- Entender la importancia de la comunicación como elemento de la publicidad.
- Conocer las diferentes técnicas de comunicación publicitaria y la relevancia de su utilización en la empresa.
- Analizar los elementos y técnicas creativas y su implicación en el proceso publicitario en el seno de la empresa.

para qué te prepara

Con el curso superior en Marketing y comercialización serán capaces de realizar estudios de mercado, con los cuales detectar nuevas necesidades en los clientes, intervenir en el proceso creativo de cualquier campaña publicitaria, conociendo todos los procesos y pudiendo participar y colaborar activamente en las mismas.

salidas laborales

El Curso superior en Marketing y comercialización te permite estar cualificado para poder trabajar en el departamento de marketing de cualquier empresa, especializándote en la investigación de mercados y campaña publicitaria. Gracias a eso podrá llevar el marketing de una Pyme o trabajar en una consultoría haciendo estudios de mercado y asesorando a otras empresas sobre qué hacen sus consumidores y qué decisiones deben adoptar.

fax: 958 050 245

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Gestión empresarial: Marketing y Comercialización'



profesorado y servicio de tutorías

Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado "Guía del Alumno" entregado junto al resto de materiales de estudio.

Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail**: El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.
- **Por teléfono**: Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.
- A través del Campus Virtual: El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como









plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de inesem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

información y matrículas: 958 050 240

fax: 958 050 245

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DEL MARKETING

- 1.Concepto de Marketing
- 2.El Marketing empresarial
- 3. Marketing estratégico
- 4. Marketing operativo
- 5.Marketing-mix

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ENTORNO: DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL MERCADO RELEVANTE

- 1.El entorno de las organizaciones
- 2.El mercado: Concepto y delimitación
- 3.El mercado de bienes de uso: consumo frecuente y consumo duradero
- 4.El mercado industrial: el producto
- 5.El mercado de servicios: características y estrategias

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

- 1.Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
- 2. Segmentación eficaz: Criterios y requisitos de segmentación de mercados de consumo e industriales
- 3.Las estrategias de cobertura del mercado
- 4.Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA

- 1.Introducción: análisis de la demanda y segmentación
- 2.El análisis de la demanda. Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda
- 3. Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes
- 4.Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de la marca: matriz variable de marca
- 5.Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES Y DE LAS ORGANIZACIONES

- 1. Estudio del comportamiento de compra
- 2.Los condicionantes del comportamiento de compra de los consumidores: Factores internos y externos
- 3. Comportamiento de compra: Roles, tipos y etapas
- 4.El comportamiento de compra de las organizaciones: condicionantes, tipos de comportamiento y etapas en el prode compra industrial

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL ANUNCIANTE EN LA RED

- 1. Visibilidad e imagen de la empresa en la red
- 2. Reputación online y confianza
- 3. Identidad digital: determinación de unos rasgos propios
- 4.E-reputación ¿Cómo recuperar la reputación dañada?
- 5. Principales herramientas e indicadores para conocer la satisfacción de los clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL MERCADO DIGITAL: USUARIOS Y E-CONSUMER

- 1.Las comunicaciones electrónicas en el comercio electrónico
- 2.Introducción al comercio electrónico
- 3. Clasificar a los compradores: Prosumer y Crossumer
- 4.El comportamiento de los usuarios de Internet
- 5. Evolución del perfil de usuario: usuarios 2.0

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LAS REDES SOCIALES COMO ELEMENTO DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

- 1. Marketing en Redes Sociales, el Social Media Marketing
- 2. Social Networking en la estrategia corporativa de la empresa
- 3. Tipos de redes sociales: Conectarnos
- 4. Redes sociales: ventajas y desventajas para el usuario

Curso Superior en Gestión empresarial: Marketing y Comercialización

- 5.Beneficios de las redes sociales desde el punto de vista de la empresa y desde el punto de vista del consumidor
- 6.Importancia y repercusión de las redes sociales
- 7.Las redes sociales como intercambio constante de información
- 8. Redes sociales en dispositivos móviles

UNIDAD DIDÁCTICA 9. CRM EN EL MEDIO ONLINE

- 1. Marketing de ralaciones
- 2.Del CRM al e-CRM
- 3. Estrategia de atención al cliente
- 4. Optimización en la gestión del marketing relacional
- 5.Real time management
- 6. Social CRM y generación de leads

UNIDAD DIDÁCTICA 10. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA

- 1. Presentación y demostración del producto/servicio
- 2.Demostraciones ante un gran número de clientes
- 3. Argumentación comercial
- 4. Técnicas para la refutación de objeciones
- 5. Técnicas de persuasión a la compra
- 6. Ventas cruzadas
- 7. Técnicas de comunicación aplicadas a la venta
- 8. Técnicas de comunicación no presenciales

fax: 958 050 245