



# INESEM

BUSINESS SCHOOL

## ***Curso en Marketing Interno para Innovar en Servicios***

**+ Información Gratis**

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

# Curso en Marketing Interno para Innovar en Servicios

**duración total:** 200 horas

**horas teleformación:** 100 horas

**precio:** 0 € \*

**modalidad:** Online

\* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

## descripción

Este curso en Marketing Interno para Innovar en Servicios le ofrece una formación especializada en la materia. El marketing interno son las actividades de comunicación que se encargan de promocionar los valores de marca, la identidad corporativa e imagen corporativa de una compañía entre sus propios empleados, es capaz de vincular el capital humano a la estrategia competitiva de la organización. El curso en Marketing Interno para Innovar en Servicios ofrece unos conocimientos sobre esta herramienta que puede llegar a ser una ventaja competitiva de la empresa y puede ayudar a asegurar la consistencia de la estrategia corporativa y el éxito de los nuevos servicios en el mercado a través de una mayor motivación y productividad de los empleados.



+ Información Gratis

## *a quién va dirigido*

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

## *objetivos*

- Entender el concepto de servicio determinando sus características definitorias y las tipologías más utilizadas.
- Aprender las diferentes investigaciones en la innovación en servicios.
- Analizar los nuevos servicios.
- Identificar los factores de desarrollo de nuevos servicios en el marketing interno.
- Realización de una investigación empírica, evaluar y contrastar las hipótesis.

## *para qué te prepara*

El curso de Marketing Interno para Innovar en Servicios le prepara para obtener las competencias necesarias para ser un profesional en marketing interno y obtener una ventaja competitiva a través de esta herramienta.

## *salidas laborales*

Marketing, Investigación de Mercados, Dirección de empresas, Consultor SEO, Responsable de Marketing Online, Marketing Digital.

## 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).



### INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación  
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

#### NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

#### Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX  
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en  
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello



NOMBRE DEL ALUMNO/A

## 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



## 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.

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. LOS SERVICIOS

1. Aproximación al concepto de servicio
2. Características diferenciales de los servicios
  - 1.- Intangibilidad: el grado de (in)tangibilidad
  - 2.- Inseparabilidad: como el grado de producción y consumo simultáneo
  - 3.- Inconsistencia como grado de heterogeneidad
  - 4.- Inventariabilidad: como posibilidad de ser inventariado o grado de caducidad
3. Tipología de los servicios
  - 1.- La matriz de los procesos en servicios
  - 2.- Las clasificaciones con fines estratégicos
  - 3.- Clasificación de los servicios según la CNAE
4. La terciarización de las economías occidentales
  - 1.- Factores explicativos de la expansión del sector servicios
  - 2.- El enigma de la productividad
  - 3.- Panorámica del sector servicios
5. Los servicios empresariales y los KIBS como palanca de progreso

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA INNOVACIÓN EN SERVICIOS

1. Antecedentes
2. Concepto y desarrollo de nuevos servicios (DNS)
3. Tipos de innovaciones en servicios
4. Un nuevo paradigma del proceso de DNS
  - 1.- El desarrollo del concepto del servicio
  - 2.- El diseño del sistema de prestación del servicio (service delivery system)

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL ESTADO DEL ARTE EN DESARROLLO DE NUEVOS SERVICIOS

1. Metodología de análisis y principales resultados
2. Áreas temáticas en la investigación en DNS
  - 1.- Descripción y principales aportaciones de la categoría aspectos macroeconómicos
  - 2.- Descripción y principales aportaciones de la categoría consumidor e innovación
  - 3.- Descripción y principales aportaciones de la categoría sectorial
  - 4.- Descripción y principales aportaciones de la categoría organización
  - 5.- Descripción y principales aportaciones de la categoría factores de éxito

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. FACTORES DE ÉXITO EN EL DESARROLLO DE NUEVOS SERVICIOS

1. Clasificación de los factores de éxito en el DNS
2. Los trabajos pioneros sobre factores de éxito en servicios
3. Factores de éxito según el tipo de servicio o de innovación
4. El marketing interno como factor de éxito

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL MARKETING INTERNO

1. El marketing interno en la evolución del marketing
2. Conceptualización y enfoques pioneros
  - 1.- Primer enfoque: instrumento para motivar y satisfacer a los empleados
  - 2.- Segundo enfoque: instrumento para desarrollar la orientación al cliente
3. Nuevas aportaciones: la dimensión estratégica del marketing interno
4. Instrumentos del marketing interno
  - 1.- La importancia de la investigación del mercado interno
  - 2.- La segmentación del mercado interno y el posicionamiento
  - 3.- El marketing-mix interno
5. Estrategia para la puesta en funcionamiento de un plan de marketing interno



6.Utilidad y aplicación

- 1.- Marketing interno y gestión del cambio
- 2.- Marketing interno y gestión de la calidad total
- 3.- Marketing interno y mercado laboral
- 4.- Marketing interno y gestión del conocimiento
- 5.- Marketing interno y responsabilidad social corporativa
- 6.- Marketing interno e innovación

**UNIDAD DIDÁCTICA 6. DESARROLLO DEL MODELO CONCEPTUAL**

1.La orientación al mercado interno

- 1.- La medida de la orientación al mercado interno
- 2.- La influencia de la OMI en el éxito de un nuevo servicio
- 3.- La influencia de la OMI en la calidad del servicio
- 4.- La influencia de la OMI en el tiempo de mercado

2.Modelo conceptual de la relación entre la OMI y el éxito de un nuevo servicio

3.Modelización con ecuaciones estructurales

**UNIDAD DIDÁCTICA 7. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA**

1.Justificación del subsector y de la muestra

2.Diseño del instrumento de recogida de información

- 1.- Medición del grado en el que la empresa está orientada a su mercado interno
- 2.- Medición de la calidad del nuevo servicio
- 3.- Medición de la variable tiempo de mercado
- 4.- Medición del resultado del nuevo servicio
- 5.- Análisis de la fiabilidad de las escalas empleadas

3.Recogida de información

4.Primeros resultados: información sobre la empresa y la dirección

**UNIDAD DIDÁCTICA 8. ANÁLISIS, RESULTADOS Y CONTRASTE DE HIPÓTESIS**

1.Objetivos del análisis del modelo

2.Aspectos metodológicos con PLS

- 1.- La determinación de los constructos
- 2.- El tamaño de la muestra

3.Análisis e interpretación del modelo con PLS-GRAPH

- 1.- Evaluación del modelo de medida
- 2.- Evaluación del modelo estructural

4.Nomograma del modelo estructural

5.Discusión del modelo

- 1.- Nuestra escala de medida de la OMI
- 2.- Nuestra escala de medida de la calidad, tiempo de mercado y resultado
- 3.- Interpretación de resultados del modelo global

**UNIDAD DIDÁCTICA 9. CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN**

1.Resumen y conclusiones

2.Limitaciones

3.Futuras líneas de investigación

**EDITORIAL ACADÉMICA Y TÉCNICA: Índice de libro Marketing interno para innovar en servicios. Autor: M<sup>a</sup> Isab Sánchez Hernández. Publicado por Delta Publicaciones**

