



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Curso en Marketing Directo y Gestión de Ventas

+ Información Gratis

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

Curso en Marketing Directo y Gestión de Ventas

duración total: 200 horas

horas teleformación: 100 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

El presente Curso en Marketing Directo y Gestión de Ventas le proporcionará una formación especializada en la materia. El marketing directo nos permite llegar al público objetivo de manera explícita, de esta forma será mucho más fácil realizar el marketing y medir los resultados obtenidos.



a quién va dirigido

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

objetivos

- Aplicar técnicas de marketing directo y digital a la gestión de ventas y de relación con los clientes.

para qué te prepara

El presente Curso en Marketing Directo y Gestión de Ventas le preparará para aplicar técnicas de marketing directo y digital a la gestión de ventas y de relación con los clientes.

salidas laborales

Marketing / Director de Marketing / Publicidad / Gestión de Ventas / Departamento de Ventas

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

- Manual teórico 'Gestión de ventas, marketing directo y utilización de redes sociales en la gestión comerci
- Manual teórico 'Gestión de ventas, marketing directo y utilización de redes sociales en la gestión comerci

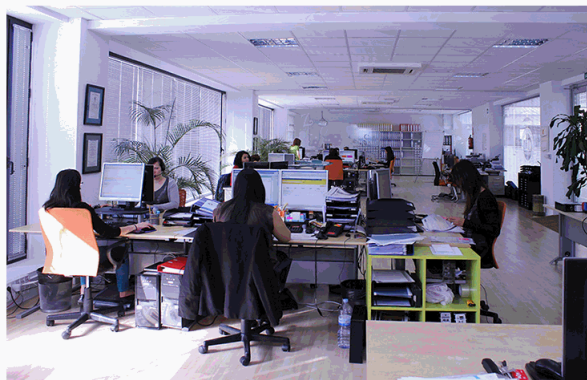


profesorado y servicio de tutorías

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 disponer de toda su documentación



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. GESTIÓN DE LA VENTA Y SU COBRO. ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES

1.La gestión comercial.

- 1.- La “conciencia comercial”: ¿Qué supone concebir la relación con los clientes desde una perspectiva comercial?
- 2.- Que es vender. Nuevas formas comerciales. Proceso de compra- venta.
- 3.- Tipología de la venta. La venta personal.
- 4.- El punto de venta y el merchandising.
- 5.- Organización del trabajo: gestión de la cartera de clientes.

2.La relación con el cliente.

- 1.- Calidad del servicio al cliente.
- 2.- Perfil del cliente actual.
- 3.- Derechos y obligaciones del cliente.
- 4.- Tipología de comportamientos del cliente y estrategias de gestión.
- 5.- Instituciones y Servicios de Protección al consumidor.

3.Servicio de atención al cliente. Quejas y reclamaciones.

- 1.- Procedimiento y normativa en los procesos de reclamación. Documentos necesarios.
- 2.- Habilidades de comunicación en el servicio de atención al cliente.
- 3.- El manejo y la resolución de conflictos.
- 4.- El proceso de atención de quejas y reclamaciones.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HERRAMIENTAS DE LA GESTIÓN COMERCIAL. SEGUIMIENTO DESPUÉS DE EVENTOS O ACCIONES COMERCIALES.

1.El plan de marketing como herramienta de gestión.

- 1.- Introducción al Marketing.
- 2.- El Plan estratégico de Marketing en la empresa: objetivos, fases, implementación.
- 3.- Seguimiento y control del Plan de Marketing.
- 4.- Políticas de Marketing.
- 5.- Estrategias de Marketing.

2.La gestión comercial.

- 1.- Investigación y estudio de mercados y su segmentación.
- 2.- Logística Comercial.
- 3.- Control y gestión presupuestaria.
- 4.- La oferta comercial.
- 5.- Política de productos.
- 6.- El Departamento Comercial.

3.Planificación y desarrollo de eventos y actos comerciales.

- 1.- Organización y planificación de eventos.
- 2.- Definición, difusión y desarrollo de los eventos de una organización.
- 3.- Identidad gráfica de los eventos.
- 4.- Protocolo de empresa.
- 5.- Participación en eventos extranjeros e internacionales.
- 6.- Evaluación de Eventos.

4.La comunicación en marketing.

- 1.- Estrategias y herramientas.
- 2.- Hablar en público.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MÁRKETING DIRECTO.

1.El marketing directo como parte del plan de marketing.

- 1.- Introducción al Marketing Directo.
- 2.- El micromarketing y su aplicación estratégica.
- 3.- Marketing Relacional.

2.El plan de marketing directo.

- 1.- Definición, estructuración e implementación del Plan de Marketing Directo.
 - 2.- Ventajas del Marketing Directo frente a los Medios Masivos.
 - 3.- Planificación de Campañas.
 - 4.- Los Medios del Marketing Directo (prensa, e-mailings, buzono mobile marketing, etc.).
 - 5.- Marketing On-Line.
 - 6.- Análisis de Resultados.
 - 7.- Creatividad en el Marketing Directo: campañas creativas.
- 3.Estrategias de interacción con los clientes.
- 1.- Generación, gestión y comunicación de contactos.
 - 2.- Listas y bases de datos.
 - 3.- Fidelización de clientes.
 - 4.- La implementación de un CRM.
 - 5.- Ley de Protección de Datos.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MARKETING DIGITAL. UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES Y OTRAS HERRAMIENTAS WEB EN LA GESTIÓN COMERCIAL Y DE MARKETING.

- 1.La web 2.0 en la empresa.
 - 1.- La evolución técnica de la Web.
 - 2.- Áreas de actuación de la empresa en la web 2.0.
 - 3.- Extender el trabajo de nuestra empresa.
- 2.Marketing en medios sociales -crear contenidos y conversar.
 - 1.- El social media.
 - 2.- Redes sociales.
 - 3.- Gestión de redes sociales.
 - 4.- Marketing 2.0: Marketing en la red.
- 3.Marketing en medios sociales -escuchar y medir.
 - 1.- Cómo evaluar nuestro trabajo de Social Media.
 - 2.- Limitaciones, éxitos y fracasos del Social Media.
 - 3.- Gestión de crisis.
 - 4.- Apuntes legales del Social Media.