INESEM

BUSINESS SCHOOL

# *Curso de Técnico en Marketing y Jefe de Ventas*

+ Información Gratis

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

# Curso de Técnico en Marketing y Jefe de Ventas

***duración total:*** 200 horas ***horas teleformación:*** 100 horas

***precio:*** 0 € *

***modalidad:*** Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

## descripción

Este CURSO DE TÉCNICO EN MARKETING Y JEFE DE VENTAS ofrece una formación especializada en dicha materia. Si quiere conocer el entorno de las ventas y marketing y conocer las técnicas oportunas para desenvolverse de manera profesional en este entorno este es su momento, con el Curso de Jefe de Ventas podrá adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar esta función de la mejor manera posible. En la actualidad, en el mundo del comercio y marketing, es muy importante conocer la gestión comercial de ventas dentro del área profesional de la compraventa, debido a que para conseguir las ventas finales es necesario implementar una estrategia de marketing que nos ayude a tener éxito en esta labor. Realizando este Curso de Jefe de Ventas conocerá las técnicas y herramientas oportunas para desarrollar el aspecto de marketing enfocado a las ventas.

## a quién va dirigido

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

## objetivos

- Programar la actuación en la venta a partir de parámetros comerciales definidos y el posicionamiento de empresa/entidad.
- Aplicar las técnicas adecuadas a la venta de productos y servicios a través de los diferentes canales de comercialización distintos de Internet.
- Gestionar la fuerza de ventas y coordinar al equipo de comerciales.
- Adoptar criterios comerciales en el diseño de páginas para la comercialización aplicando técnicas de venta adecuadas.
- Aplicar técnicas de merchandising para la animación del punto de venta a partir de distintos tipos de establecimiento: gran superficie, hipermercado, supermercado, centro comercial o tradicional e implantación comercial.
- Realizar presentaciones de distintos tipos de productos y servicios a la red de venta, aplicando técnicas de comunicación verbal y no verbal adecuadas y utilizando en su caso aplicaciones informáticas de presentación.

## para qué te prepara

Este CURSO DE TÉCNICO EN MARKETING Y JEFE DE VENTAS le prepara para tener una visión amplia y precisa del ámbito del marketing y comercial, adquiriendo las técnicas oportunas que le ayudarán a desenvolverse de manera profesional en estos entornos tan importantes a nivel empresarial u organizacional, prestando atención a las factores influyentes del éxito de estos.

## salidas laborales

Marketing / Establecimientos comerciales / Comercio electrónico / Departamento comercial / Jefe de ventas.

+ Información Gratis

## 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 direccion General — Firma del alumno/a

MARIA MORENO HIDALGO — 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 'Marketing y Jefe de Ventas. Volumen I'

- Manual teórico 'Marketing y Jefe de Ventas. Volumen II'

## *profesorado y servicio de tutorías*

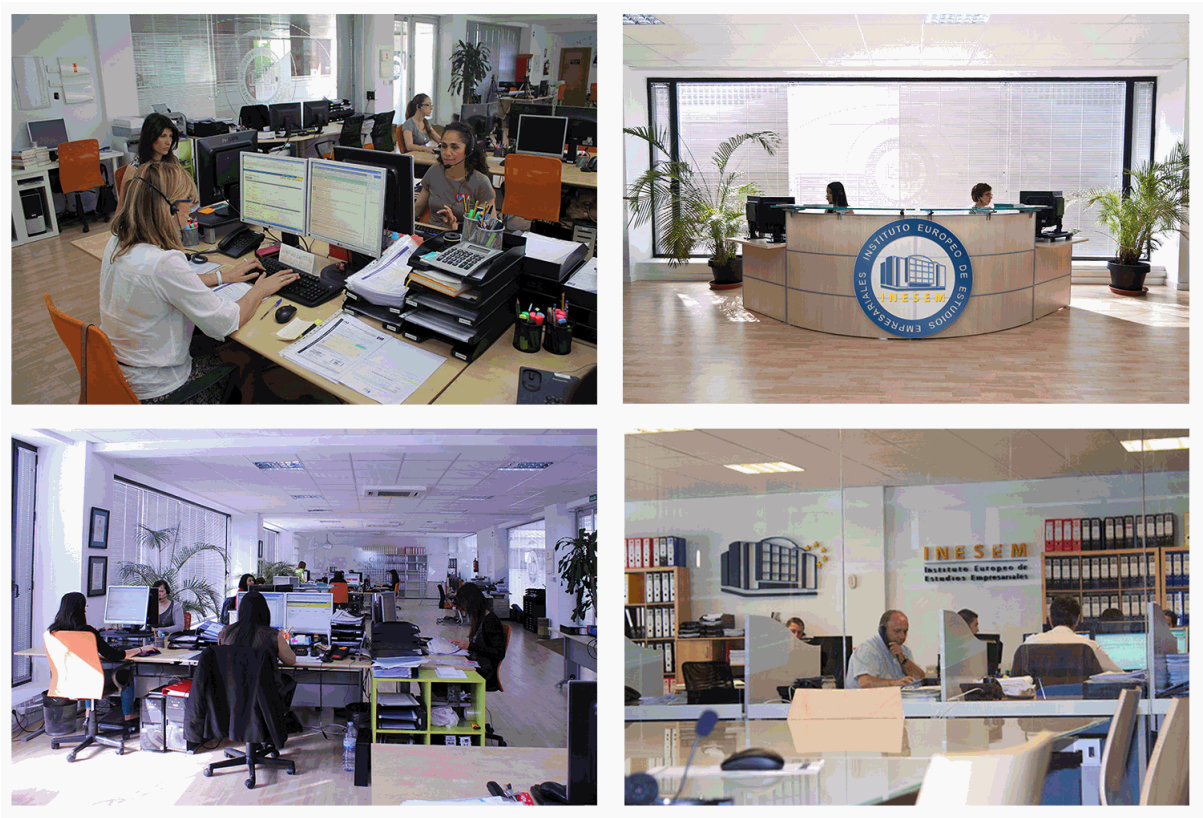
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “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

+ Información Gratis

*programa formativo*

# MÓDULO 1. TÉCNICAS DE VENTA

**UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DEL ENTORNO COMERCIAL**

1.Estructura del entorno comercial
2.Fórmulas y formatos comerciales
3.Evolución y tendencias de la comercialización y distribución comercial. Fuentes de información y actualización comercial
4.Estructura y proceso comercial en la empresa
5.Posicionamiento e imagen de marca del producto, servicio y los establecimientos comerciales
6.Normativa general sobre comercio
7.Derechos del consumidor

**UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE LA VENTA PROFESIONAL**

1.El vendedor profesional
2.Organización del trabajo del vendedor profesional
3.Manejo de las herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas

**UNIDAD DIDÁCTICA 3. LIDERAZGO DEL EQUIPO DE VENTAS**

1.Dinamización y dirección de equipos comerciales.
2.Estilos de mando y liderazgo.
3.Las funciones de un líder.
4.La Motivación y reanimación del equipo comercial.
5.El líder como mentor.

**UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROCESOS DE VENTA**

1.Tipos de venta.
2.Fases del proceso de venta.
3.Preparación de la venta.
4.Aproximación al cliente.
5.Análisis del producto/servicio.
6.El argumentario de ventas.

**UNIDAD DIDÁCTICA 5. 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.

**UNIDAD DIDÁCTICA 6. SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES**

1.La confianza y las relaciones comerciales.
2.Estrategias de fidelización.
3.Externalización de las relaciones con clientes: telemarketing.
4.Aplicaciones de gestión de relaciones con el cliente (CRM).

**UNIDAD DIDÁCTICA 7. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y RECLAMACIONES PROPIOS DE VENTA**

1.Conflictos y reclamaciones en la venta.
2.Gestión de quejas y reclamaciones.
3.Resolución de reclamaciones.
4.Respuestas y usos habituales en el sector comercial.
5.Resolución extrajudicial de reclamaciones: Ventajas y procedimiento.
6.Juntas arbitrales de consumo.

**UNIDAD DIDÁCTICA 8. INTERNET COMO CANAL DE VENTA**

1.Las relaciones comerciales a través de Internet.
2.Utilidades de los sistemas «on line».
3.Modelos de comercio a través de Internet.
4.Servidores «on line».

**UNIDAD DIDÁCTICA 9. DISEÑO COMERCIAL DE PÁGINAS WEB**

1.El internauta como cliente potencial y real.
2.Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas web.
3.Tiendas virtuales.
4.Medios de pago en Internet.
5.Conflictos y reclamaciones de clientes.
6.Aplicaciones a nivel usuario para el diseño de páginas web comerciales: gestión de contenidos.

# MÓDULO 2. MARKETING

**UNIDAD DIDÁCTICA 10. EJECUCIÓN E IMPLANTACIÓN DEL PLAN DE MARKETING.**

1.Fases del plan de marketing:
    1.- Diseño.
    2.- Implementación.
    3.- Control.
    4.- Mejora Continua.
2.Negociación del plan de marketing en la empresa.
    1.- Formulación de la estrategia de marketing.
    2.- Definición de objetivos.
    3.- Modelos de organización empresarial e implantación del plan.
3.Recursos económicos para el plan de marketing.
    1.- El presupuesto del plan de marketing.
    2.- Cálculo de desviaciones de gastos.

**UNIDAD DIDÁCTICA 11. SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING.**

1.Técnicas de seguimiento y control de las políticas de marketing.
    1.- Control del plan anual.
    2.- Control de rentabilidad.
    3.- Control de eficiencia.
    4.- Control estratégico.
2.Ratios de control del plan de marketing.
    1.- Beneficios.
    2.- Rentabilidad y participación en el mercado.
3.Análisis de retorno del plan de marketing.
    1.- Criterios a considerar.
4.Elaboración de informes de seguimiento.

**UNIDAD DIDÁCTICA 12. MARKETING EN EL PUNTO DE VENTA.**

1.Concepto de marketing en el punto de venta:
    1.- Determinación de los objetivos de venta en el punto de venta.
    2.- Lanzamiento de nuevos productos y otras promociones.
2.Métodos físicos y psicológicos para incentivar la venta:
    1.- Análisis del consumidor en el punto de venta.
3.Análisis del punto de venta:
    1.- Superficie de venta: espacio y lineales.
    2.- Ubicación del producto: optimización del lineal y superficie de venta.
4.Gestión del surtido:
    1.- Conceptos de surtido.
    2.- Amplitud y profundidad del surtido.
    3.- Planogramas.

+ Información Gratis

5.Animación del punto de venta:
1.- Publicidad en el punto de venta (PLV): carteles.
2.- El escaparate.

**UNIDAD DIDÁCTICA 13. MARKETING PROMOCIONAL.**

1.Concepto y fines de la promoción:
1.- Instrumentos de la promoción.
2.- Objetivos de las acciones promocionales.
3.- Tipos de promociones.
2.Formas de promoción dirigidas al consumidor: 2×1, 3×2, otras.
3.Formas de promoción a distribuidores, intermediarios y establecimiento:
1.- Clases de incentivos y promociones a los distribuidores y consumidores.
4.Promociones especiales.
5.Tipos de acciones de marketing y promoción según el punto de venta.
6.Acciones de marketing directo:
1.- Posibilidades y características.
2.- Evaluación y criterios de clasificación de clientes potenciales.
3.- Legislación sobre protección de datos.
7.Acciones de promoción «on line»:
1.- Internet como canal de información y comunicación de la empresa.
2.- Herramientas de promoción «on line», sitios y estilos web para la promoción de espacios virtuales.

**UNIDAD DIDÁCTICA 14. CONTROL Y EVALUACIÓN DE ACCIONES PROMOCIONALES.**

1.Eficacia y eficiencia de la acción promocional:
1.- Concepto de eficacia y eficiencia.
2.- Indicadores para la evaluación de la eficacia y eficiencia de las acciones de marketing y promociones.
2.Índices y ratios económico-financieros de evaluación de promociones:
1.- margen bruto.
2.- tasa de marca.
3.- stock medio.
4.- rotación de stock.
5.- rentabilidad bruta.
3.Aplicaciones para el cálculo y análisis de las desviaciones en las acciones promocionales.
4.Aplicaciones de gestión de proyectos y tareas y hojas de cálculo.
1.- Cronograma de la promoción e implantación de productos.
5.Informes de seguimiento de promociones comerciales:
1.- Resultados.
2.- Medidas correctoras de las desviaciones.

+ Información Gratis