

MARKETING Y VENTAS: Objetivos Generales

- Adquirir los conocimientos necesarios para llevar a cabo campañas de marketing de un producto determinado y apoyar en la venta de dicho producto utilizando las técnicas comerciales oportunas.

MÓDULO 1: Marketing y Ventas 1ª Parte

Tema 1 El Marketing en la Empresa

Qué es el Marketing?

Conceptos Fundamentales

Diferencias entre Marketing y Ventas

Función del Marketing en la Empresa

Funciones de la Dirección de Marketing

¿Qué es un Plan de Marketing?

El Marketing – Mix: Las 4 P's

Esquema General del Plan de Marketing

Pasos del Plan de Marketing

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

Tema 2 El Mercado y el Consumidor I

Concepto de Mercado

Previsión de la Cuota de Mercado

Segmentación del Mercado

Comercio y Mercado

Ámbitos de Aplicación del Estudio de Mercados

Tipos de Mercado Según el Tipo de Bienes

Tipos de Mercados Según la Demanda

Tipos de Mercados Según Recursos y Competencia

Otros Tipos de Mercado

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

Tema 3 El Mercado y el Consumidor II

El Consumidor y sus Necesidades

La Psicología: Mercado y Consumidor

Tipos de Consumidores

Tipos de Compras: por Impulso, Racional y Sugerida

Factores Personales de Influencia en la Conducta del Consumidor

Modelos del Comportamiento del Consumidor

Variables Ambientales Externas que Inciden en la Conducta

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

Tema 4 La Investigación Comercial

Tipos de Diseño de la Investigación de los Mercados

Fuentes de Investigación

Análisis del Entorno

Análisis de la Competencia

Análisis de la Empresa

Análisis de los Recursos

Ventaja Competitiva

Análisis de los Clientes

Lo que hemos aprendido

Test

MÓDULO 2: Marketing y Ventas 2ª Parte

Tema 5 Política de Producto, Precio, Distribución, Promoción I

El Producto

Clasificación

Marca

Diseño, Envase y Embalaje

Objetivos y Estrategias del Producto

Introducción sobre el Precio

Tipos de Precios

Objetivos y Estrategias del Precio

Breve Análisis sobre la Distribución

Tipos de Comercio

Merchandising

Objetivos y Estrategias de la Distribución

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

Tema 6 Política de Producto, Precio, Distribución, Promoción II

Importancia de la Comunicación

Canales de Comunicación

Herramientas: Publicidad, Promoción de Ventas

Relaciones Públicas, Fuerza de Ventas y Marketing Directo

Promoción

Publicidad sobre el Producto

Imagen del Producto y Posicionamiento

La Publicidad en Internet

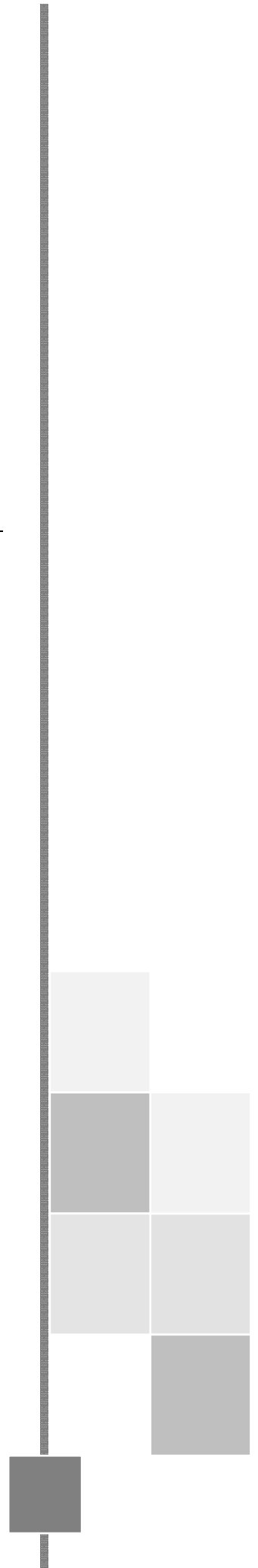
Tipos de Promoción I

Tipos de Promoción II

Relaciones Publicitarias

Lo que hemos aprendido

Test



Tema 7 La Gestión Comercial

La Organización de las Ventas

Características de una Buena Organización

Actividades y Funciones de Ventas y Marketing

Diseño de una Organización de Ventas Efectivas

Tipos Básicos de Organización

Organización Funcional

El Jefe de Productos

Introducción de un Nuevo Vendedor en la Organización

Necesidad de una Estrecha Colaboración

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

Tema 8 Fases de la Venta

Una Mirada Retrospectiva a la Historia de la Venta

La Venta

Qué es la Fuerza de Ventas

Proceso de Venta Consultiva

Preparación de la Actividad

Toma de Contacto con el Cliente

El Desenlace de la Venta

El Cierre

Técnicas y Procesos de Negociación

Negociación del Precio

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

Glosario

Bibliografía

