

Técnico Superior en Gestión Comercial y Marketing

Técnico Superior en Gestión Comercial y Marketing

Duración: 2000 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: A distancia

Objetivos:

Al obtener el Título Oficial FP de Técnico Superior en Gestión Comercial y Marketing podrás trabajar oficialmente en: - Ayudante del jefe de producto.- Técnico de compra.- Técnico de venta.- Técnico de nuevas instalaciones.- Merchandiser.- Encargado de almacén.- Ayudante del jefe de logística.- Coordinador jefe de grupo de representantes.- Jefe de Ventas.- Técnico de Marketing.- Técnico en trabajos de campo de investigación comercial

Titulación:

Con la superación de las pruebas presenciales de FP de grado medio obtendrás **Título Oficial FP de Grado Superior en GESTIÓN COMERCIAL Y MARKETING**.

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2026

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



© icaformación2026

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

MÓDULO 1: INVESTIGACIÓN COMERCIAL

1. TEORÍA ECONÓMICA. INTRODUCCIÓN A LA MACROECONOMÍA
2. LOS MERCADOS Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
3. CONDICIONANTES INTERNOS
4. CONDICIONANTES EXTERNOS
5. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
6. CRITERIOS DE ACEPTACIÓN O RECHAZO
7. LOS ENCUESTADORES
8. SOCIOLOGÍA
9. PSICOLOGÍA
10. LA ESTADÍSTICA EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
11. EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS

MÓDULO 2: POLÍTICAS DE MARKETING

1. EL MARKETING Y LA ACTIVIDAD ECONÓMICA
2. CONCEPTO Y FACTORES QUE DEFINEN LA POLÍTICA DE PRODUCTO
3. HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS Y PLANIFICACIÓN
4. ESTRATEGIAS DE PRODUCTO
5. POLÍTICA DE PRECIOS
6. ANÁLISIS DE PRECIOS EN DISTINTOS ESCENARIOS
7. LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
8. NUEVO DESARROLLO DE LA DISTRIBUCIÓN
9. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN
10. LA PROMOCIÓN
11. LA ESTADÍSTICA APLICADA A UN PLAN DE MARKETING
12. CONCEPTO DE PLANIFICACIÓN COMERCIAL
13. ORGANIZACIÓN DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL

MÓDULO 3: LOGÍSTICA COMERCIAL

1. INTRODUCCIÓN A LA LOGÍSTICA
2. TRANSPORTE Y ABASTECIMIENTO A LOS PUNTOS DE VENTA
3. MODALIDADES DE TRANSPORTE
4. RUTAS DE ABASTECIMIENTO
5. OBJETIVOS DEL ALMACENAMIENTO
6. EMBALAJE Y ETIQUETADO
7. PLANIFICACIÓN DE RECURSOS DE DISTRIBUCIÓN

© icaformación2026

8. SERVICIO A CLIENTES
9. ANÁLISIS COSTE/BENEFICIO
10. POLÍTICA DE STOCKS
11. DESVIACIONES
12. COSTES DE OPORTUNIDAD
13. DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO
14. MATERIALES QUE CONDICIONAN EL ALMACÉN

MÓDULO 4: MARKETING EN EL PUNTO DE VENTA

1. EL MARKETING EN EL PUNTO DE VENTA: MERCHANDISING
2. NUEVAS FORMAS COMERCIALES
3. MERCHANDISING Y SURTIDO
4. TIPOS DE SURTIDO
5. ESTRUCTURA DEL MERCADO
6. EL MERCHANDISING DEL FABRICANTE
7. LA ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO
8. EL ESCAPARATISMO
9. OPTIMIZACIÓN DEL LINEAL
10. REGLAS DE IMPLANTACIÓN
11. LA PUBLICIDAD EN EL LUGAR DE VENTA
12. CÁLCULO DE RATIOS ECONÓMICO-FINANCIEROS

13. NORMATIVA DE SEGURIDAD E HIGIENE APLICADA A LA DISTRIBUCIÓN DE UNA SUPERFICIE COMERCIAL
14. DISTRIBUCIÓN DE FAMILIAS DE PRODUCTOS

MÓDULO 5: GESTIÓN DE LA COMPRAVENTA

1. MARCO JURÍDICO GENERAL
2. LA ORGANIZACIÓN DE LAS COMPRAS
3. MERCADO, SECTOR Y COMPETENCIAS
4. EL PROCESO DE COMPRA
5. CONDICIONES DE COMPRA
6. REGULACIÓN Y ELABORACIÓN DEL CONTRATO DE COPRA
7. PLANES DE VENTA
8. OBJETIVOS DE VENTA
9. EL EQUIPO DE VENTAS
10. TÉCNICAS DE DIRECCIÓN DE GRUPOS
11. REMUNERACIÓN DE LOS VENDEDORES
12. EL PROCESO DE NEGOCIACIÓN COMERCIAL EN LA COMPRAVENTA
13. DESARROLLO DE LA NEGOCIACIÓN
14. TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN
15. CONSOLIDACIÓN DE LA NEGOCIACIÓN
16. LA COMUNICACIÓN
17. APLICACIÓN DE PROGRAMAS INFORMÁTICOS INTEGRADOS PARA LA GESTIÓN DE LA COMPRAVENTA
18. EVALUACIÓN Y CONTROL DEL EQUIPO DE VENTA
19. ELEMENTOS DE DERECHO MERCANTIL

MÓDULO 6: APLICACIONES INFORMÁTICAS DE PROPÓSITO GENERAL

1. INTRODUCCIÓN A LA INFORMÁTICA
2. ELEMENTOS DEL HARDWARE
3. EQUIPOS PERIFÉRICOS
4. REPRESENTACIÓN INTERNA DE DATOS
5. ELEMENTOS DES SOFTWARE
6. SISTEMAS OPERATIVOS
7. ENTORNOS DE USUARIO
8. REDES LOCALES
9. PROCESADORES DE TEXTO
10. EDICIÓN DE TEXTOS
11. GESTIÓN DE ARCHIVOS
12. IMPRESIÓN DE TEXTOS

© icaformación2026

13. HOJAS DE CÁLCULO
14. BASES DE DATOS
15. PAQUETES INTEGRADOS

MÓDULO 7: LENGUA EXTRANJERA

1. USO DE LA LENGUA ORAL
2. TERMINOLOGÍA ESPECÍFICA
3. INTERVENCIÓN DE FORMA ESPONTÁNEA Y PERSONAL EN DIÁLOGOS DENTRO DE UN CONTEXTO
4. USO DE LA LENGUA ESCRITA
5. ASPECTOS SOCIOPROFESIONALES

MÓDULO 8: FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL

1. SALUD LABORAL
2. LEGISLACIÓN Y RELACIONES LABORALES
3. ORIENTACIÓN E INSERCIÓN SOCIO-LABORAL
4. PRINCIPIOS DE ECONOMÍA
5. ECONOMÍA Y ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA
6. FUNCIONAMIENTO ECONÓMICO DE LA EMPRESA

© icaformación2026