

Marketing y ventas

Marketing y ventas

Duración: 80 horas

Precio: 420 euros.

Modalidad: A distancia

Objetivos:

· 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.

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:

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

© icaformación2026

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

© icaformación2026

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

© icaformación2026

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

© icaformación2026

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

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

© icaformación2026

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

© icaformación2026