

Marketing, Comunicación y Ventas para Pymes

Marketing, Comunicación y Ventas para Pymes

Duración: 80 horas

Precio: 420 euros.

Modalidad: A distancia

Objetivos:

· Identificar los distintos tipos de mercado. · Identificar las distintas fases de un estudio de mercado. · Diferenciar Mercado de Marketing. · Definir los elementos del Marketing. · Elaborar un Plan de Marketing · Explicar qué es la comunicación y cómo afecta en el complejo proceso de venta. · Conocer los distintos ámbitos que rodean a la empresa en el complicado proceso comunicativo. · Conocer a la hora de realizar nuestro plan de comunicación no sólo los datos reales sino las posibles desviaciones negativas existentes. · Rentabilizar el tiempo · Gestionar la cartera de clientes

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: Marketing

Tema 1. Concepto de mercado

Concepto de mercado

Tipos de mercado

Lo que hemos aprendido

Tema 2. Estudio de mercado

Fases

Técnica de recogida de datos

Análisis del entorno

Análisis de la competencia

Análisis del consumidor

Pirámide de maslow

© icaformación2026

Segmentación de mercados

Lo que hemos aprendido

Tema 3. ¿qué es el marketing?

¿Qué es marketing?

Historia del marketing

Los elementos del marketing

Plan de marketing

Lo que hemos aprendido

Módulo 2: comunicación

Tema 1. El proceso de comunicación

Elementos que intervienen en el proceso de comunicación

Proceso de comunicación: codificación/descodificación.

Comunicación vs. Información

Las funciones del lenguaje

Lo que hemos aprendido

Tema 2. La situación comunicativa

Concepto de situación

La comunicación y la empresa

Lo que hemos aprendido

Tema 3. Lenguaje verbal y lenguaje no verbal en la comunicación humana y su importancia en el proceso de venta

Rasgos constitutivos de la comunicación no verbal versus aspectos no lingüísticos del lenguaje verbal.

© icaformación2026

El lenguaje no verbal icónico y el icono verbal de la persuasión.

Clasificación del lenguaje no verbal:

La semiótica

La kinésica

Teoría del color

Los medios de comunicación hoy

Lo que hemos aprendido

Módulo 3: Técnicas de ventas

Tema 1. El vendedor

Concepto de vendedor

Organización comercial

Valores del vendedor

Motivación del vendedor

Profesiones de venta

Lo que hemos aprendido

Tema 2. La venta: las habilidades del vendedor

Concepto de venta

Habilidades en la venta

Conocimiento de la empresa

Conocimiento del producto

© icaformación2026

Conocimiento del cliente

Conocimiento de la negociación

Lo que hemos aprendido

Tema 3. Técnicas de venta

Preparación a la venta

Entrevista de presentación

Resolución de dudas, cierre y seguimiento

Lo que hemos aprendido

Tema 4. Tipología de ventas

Venta tradicional

Venta virtual

Grandes cuentas

Lo que hemos aprendido

Tema 5. Tipos servicios de venta

La postventa

Relaciones públicas

Organización y control

Lo que hemos aprendido

Bibliografía

© icaformación2026