

AREA FORMACION Y CONSULTORES

OFERTA ESPECIAL AJOVE

CURSOS GRATUITOS (Incluido Autónomos)

CURSO: MARKETING Y VENTAS

Duración: 100 h

Fecha Inicio: 20-10-2009

Fecha Fin : 17-12-2009

Coste: GRATUITO

Objetivo específico del módulo.

Desarrollar los procesos y técnicas de marketing y ventas propios del departamento comercial para la mejora de resultados de la empresa.

Conocimientos profesionales.

MARKETING

- Qué es el marketing mix.
- Elementos que lo forman. Producto. Precio. Distribución. Publicidad y promoción de ventas. Servicio post-venta.
- Definición de marketing.
- Definición de mercados.
- Tipos de mercados.
- Cuantificación de mercados.
- Tendencias del mercado.
- Segmentación del mercado.
- Mercado real / potencial.
- La investigación de mercado. Concepto. Objetivos. Tipos de investigación y técnicas de aplicación. Utilización de los resultados. Fuentes de datos.
- Etapas del desarrollo. Posicionamiento. Desarrollo del prototipo y de los demás elementos del marketing mix.
- La imagen de marca.
- El precio.
- Precio al distribuidor y al consumidor.
- Métodos de fijación de precios.
- Objetivos de la fijación de precios.
- Qué es distribuir un producto.
- Funciones de la distribución.
- Canales de distribución.
- Estrategias de distribución.
- Merchandising.
- Ratios de distribución.

- Qué es la promoción de ventas.
- Promociones al canal y al consumidor.
- Técnicas promocionales.
- Planificación y desarrollo de las promociones.
- Qué es la publicidad.
- Publicidad y promoción de ventas.
- Cómo funciona la publicidad.
- La relación fabricante-agencia.
- La creación de la campaña de publicidad: el briefing.
- El proceso de creación de la campaña: la tarea de la agencia de publicidad.
- Posicionamiento, estrategias creativas, propuestas creativas, los pre-test, los medios, la producción, al aire.
- Valoración de la campaña: los post-test.
- Producción gráfica. Etapas.
- Elementos del anuncio gráfico.
- Valoración de publicidad gráfica.
- Las etapas del proceso de producción audiovisual.
- La estructura del spot en T.V. y cine.
- Diferentes líneas creativas en publicidad audiovisual (demo, problema-solución, testimonial, slice of life, música, humor, drama, analogías).
- Valoración de publicidad audiovisual.
- La imagen de marca.
- Las relaciones públicas.
- El patrocinio.
- La licencia de marca.
- El mensaje y el medio.
- Características de los medios.
- Los soportes.
- Medición de audiencias, coberturas e índices de eficacia y rentabilidad.
- Empresas de control de medios.
- Qué es la planificación en la empresa.
- La planificación estratégica (PE) y el plan operativo anual (POA).
- Estructura del plan operativo.
- Papel consolidador del departamento de administración/finanzas en la elaboración del POA.
- El plan de marketing.
- La función de marketing.
- Modelos de organización del departamento de marketing.
- Perfil del profesional de marketing.
- La necesidad de comunicación eficaz.

VENTAS

- Qué es la venta.
- La organización de ventas.
- Tamaño de la fuerza de ventas.
- Función de la fuerza de ventas.
- La entrevista

INFORMATICA APLICADA AL MARKETING Y VENTAS

El curso de carácter fundamentalmente práctico se impartirá en el aula de informática, utilizando durante el desarrollo del mismo

Microsoft Word

Microsoft Excel

Internet Explorer

Visita continua a webs de empresas

Visita a blogs de empresas

Adworgs

Videoblogs

Empresas de informes comerciales

Empresas de publicidad

Facebook

Linked in

Twitter

Microsoft outlook

CRM

Que es un CRM

Manejo de