

COMM048PO MARKETING EFICAZ EN PEQUEÑO ESTABLECIMIENTO COMERCIAL



350,00 € - 425,00 €

Este Curso COMM048PO MARKETING EFICAZ EN PEQUEÑO ESTABLECIMIENTO COMERCIAL le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Artes gráficas. Con este CURSO COMM048PO MARKETING EFICAZ EN PEQUEÑO ESTABLECIMIENTO COMERCIAL el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y identificar y aplicar las técnicas que ofrece el marketing para su uso en el pequeño comercio.

Categorías: [Certificados de Profesionalidad](#), [Certificados de Profesionalidad Online](#), [Marketing](#) |

INFORMACIÓN

Modalidad	Online
Docencia	TUTOR PERSONAL
Prácticas	GESTIÓN DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS

Método de pago	FINANCIACIÓN SIN INTERESES
Centro de empleo	AGENCIA DE COLOCACIÓN
Formación acreditada	CENTRO ACREDITADO POR EL SEPE

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING Y PEQUEÑO COMERCIO

1. Marketing. Conceptos básicos.
2. - Introducción.
3. - ¿Qué es el marketing?
4. - Ámbito de actuación: planificación y control en la pequeña empresa.
5. - Fases de la planificación del marketing.
6. - Marketing estratégico y marketing operacional.
7. - El presupuesto de ventas.
8. Marketing mix.
9. - Introducción.
10. - El concepto de marketing mix.
11. - El producto.
12. - El precio.
13. - La distribución.
14. - La publicidad y la promoción.
15. Merchandising.
16. - Introducción.
17. - La acción comercial en el punto de venta: conceptos básicos.
18. - Funciones y objetivos del merchandising.
19. - Componentes del merchandising.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLAN DE MARKETING PARA EL PEQUEÑO COMERCIO

1. Estrategia de productos.
2. Estrategia de precios.
3. Estrategia de distribución.
4. Estrategia de comunicación-fidelización.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA EL PEQUEÑO COMERCIO

1. Definición y desarrollo del plan estratégico.
2. Diseño de promociones offline y online.
3. Animación del espacio comercial y dinamización de los canales online.
4. Análisis del consumidor y detección de nuevos comportamientos de compra. El proceso de compra.
5. Marketing relacional: diseño de planes de fidelización y atención al cliente.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA VENTA CARA AL PÚBLICO

1. La comunicación es la clave.
2. - Los mensajes verbales y no verbales.
3. - Leer entre líneas.
4. - Elegir las palabras adecuadas.
5. - La escucha activa.
6. - ¿Qué pasa con el teléfono?
7. Un enfoque de cinco pasos para la solución de problemas.
8. - Reconocer al/la cliente/a.
9. - Valorar la situación.
10. - Corroborar su comprensión.
11. - Analizar las alternativas.
12. - Acordar un plan.