

## CURSO ONLINE: MARKETING ESTRATÉGICO



**180,00 € - 250,00 €**

Actualmente es importante en las empresas lograr ventajas competitivas sostenibles derivadas de la mejora en la capacidad de dirección comercial, administración y gestión de su organización, mediante la correcta comprensión y aplicación de las estrategias y procesos que permiten determinar las condiciones necesarias, y aprovechar las circunstancias más adecuadas, para que los productos y servicios tengan éxito en el mercado. Implica dominar las funciones de distribución, comunicación-publicidad y fijación de precios, entre otras. Esto nos hace necesario conocer y saber manejar el proceso de marketing, así pues, este curso ayuda a que se entienda, comprenda y se sepa manejar lo necesario para iniciar la andadura profesional por el mundo del marketing.

**Categorías** [Comercio y Marketing](#), [Cursos online](#) |

## INFORMACIÓN

<b>Duración</b>	60 h
<b>Modalidad</b>	Online
<b>Docencia</b>	TUTOR PERSONAL
<b>Prácticas</b>	GESTIÓN DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS
<b>Método de pago</b>	FINANCIACIÓN SIN INTERESES
<b>Centro de empleo</b>	AGENCIA DE COLOCACIÓN
<b>Formación acreditada</b>	CENTRO ACREDITADO POR EL SEPE

## CONTENIDO

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN Y MOTIVACIÓN DE LA RED DE VENTAS.

1. Red de ventas:
2. - Sistemas comerciales y red de venta y distribución.
3. - Organización del sistema de ventas.
4. - Relaciones entre fabricantes, distribuidores y clientes: Acuerdos comerciales.
5. Estilos de liderazgo y persuasión aplicables a la red de ventas:
6. - Selección de la estrategia de liderazgo y habilidades personales.
7. - Adaptación del vendedor a situaciones, clientes y productos distintos.
8. Técnicas de motivación a vendedores:
9. - Reuniones periódicas.
10. - Reconocimiento.
11. - Incentivos, comisiones y primas.
12. Formación a vendedores y prescriptores:
13. - Tareas de los vendedores.
14. - Técnicas de persuasión e información.
15. - Redes sociales y marketing.

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLANIFICACIÓN DE MARKETING.

1. Concepto y contenido del marketing:
2. - Función del marketing en la gestión de la empresa: la orientación al cliente.

3. - Marketing estratégico y operativo.
4. Estrategias y tipos de marketing.
5. Marketing mix:
  6. - Planificación integral del marketing.
  7. - Elementos que integran el marketing mix e interrelación entre ellos.
8. Elaboración del plan de marketing:
  9. - Estructura y funcionalidad.
10. - Políticas de marketing en la empresa.
11. - Presupuesto del plan de marketing.
12. Análisis DAFO y estrategias de marketing:
  13. - Estudios de mercado.
  14. - Segmentación y posicionamiento y detección de oportunidades de mercado.
  15. - Elaboración de informes de oportunidades de mercado.

