

Marketing y Ventas

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.

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

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

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

Tema 5 Política de Producto, Precio, Distribución, Promoción I

El Producto
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
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
Test

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

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