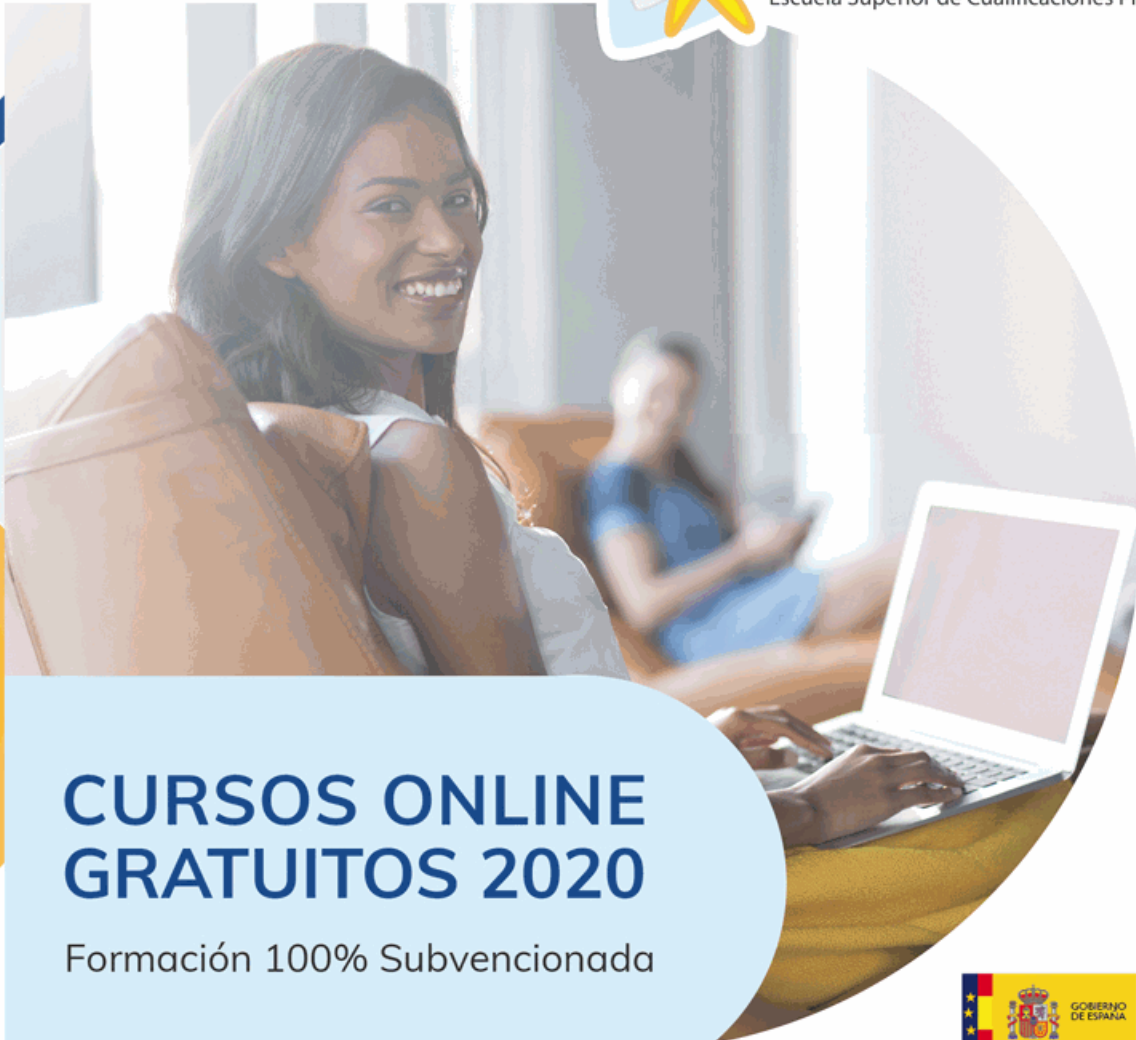




# CUALIFICA2

Escuela Superior de Cualificaciones Profesionales S.A.U



## CURSOS ONLINE GRATUITOS 2020

Formación 100% Subvencionada



Sector: INTERSECTORIAL/TRANSVERSAL

## **COMM032PO Gestión del Marketing y la Fuerza de Ventas en la Dirección Estratégica de la Empresa (Sector: Intersectorial/Transversal)**

MÁS INFORMACIÓN EN: [www.cualifica2.es](http://www.cualifica2.es)  
(+34) 958 050 208



COMM032PO Gestión del Marketing y la Fuerza de Ventas en la Dirección Estratégica de la Empresa (Sector: Intersectorial/Transversal)

## COMM032PO Gestión del Marketing y la Fuerza de Ventas en la Dirección Estratégica de la Empresa (Sector: Intersectorial/Transversal)



**DURACIÓN:**  
90 horas



**MODALIDAD:**  
Online



**PRECIO:**  
Gratis



**TITULACIÓN:**  
Oficial

**SECTOR:**

INTERSECTORIAL/TRANSVERSAL



Especialízate como profesional en tu sector



**100% gratuita**

Formación 100% gratuita prioritariamente para empleados y autónomos



**Avalada por el SEPE**

Titulación avalada por el Ministerio de Trabajo y por el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE).



**No consume créditos formativos**

No tienes la necesidad de informar a tu empresa ya que no consume créditos formativos.



**180 horas de formación**

Puedes realizar hasta 180 horas de formación con un máximo de 3 cursos o un curso cuyas horas superen las 180 establecidas en convocatoria.

## DESCRIPCIÓN

Este CURSO GRATIS PARA TRABAJADORES COMM032PO GESTIÓN DEL MARKETING Y LA FUERZA DE VENTAS ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA (SECTOR: INTERSECTORIAL/TRANSVERSAL) le ofrece una formación especializada Familia Profesional de Comercio y Marketing. Con este CURSO GRATUITO COMM032PO GESTIÓN DEL MARKETING Y VENTAS EN LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA (SECTOR: INTERSECTORIAL/TRANSVERSAL) el alu desenvolverse dentro del Sector Intersectorial/Transversal Identificar los elementos teóricos y prácticos de la gestión de marketi profundizando en los elementos del marketing mix y en los métodos de trabajo del departamento de marketing, así como afrontar

MÁS INFORMACIÓN EN: [www.cualifica2.es](http://www.cualifica2.es)  
(+34) 958 050 208



## COMM032PO Gestión del Marketing y la Fuerza de Ventas en la Dirección Estratégica de la Empresa (Sector: Intersectorial/Transversal)

establecimiento, aplicación y control. Esta Formación de COMM032PO GESTIÓN DEL MARKETING Y LA FUERZA DE VENTAS EN LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA (SECTOR: INTERSECTORIAL/TRANSVERSAL) no consume crédito de su autorización de la misma.

### OBJETIVOS

Identificar los elementos teóricos y prácticos de la gestión de marketing y ventas de una empresa, profundizando en los elementos y métodos de trabajo del departamento de marketing, así como afrontar el plan de marketing, su establecimiento, aplicación y control.

### PARA QUE TE PREPARA

Este Curso INEM COMM032PO GESTIÓN DEL MARKETING Y LA FUERZA DE VENTAS EN LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA (SECTOR: INTERSECTORIAL/TRANSVERSAL) le prepara para Identificar los elementos teóricos y prácticos de las ventas de una empresa, profundizando en los elementos del marketing mix y en los métodos de trabajo del departamento de marketing, su establecimiento, aplicación y control pudiendo trabajar dentro de la Familia Profesional de Comercio y Marketing dentro del Sector Intersectorial/Transversal

### SALIDAS LABORALES

Intersectorial/Transversal

### TITULACIÓN

Titulación de COMM032PO GESTIÓN DEL MARKETING Y LA FUERZA DE VENTAS EN LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA (SECTOR: INTERSECTORIAL/TRANSVERSAL) con 90 horas expedida por la Administración Pública



## TEMARIO

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS DE MARKETING. NECESIDAD, DESEO Y DEMANDA

1. Concepto de marketing
2. Necesidades, deseos y demandas
3. Producto
4. Intercambio
5. Mercado
6. La gestión de marketing

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PLAN ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

1. Introducción
2. Misión de la empresa
3. Los objetivos corporativos
4. La estrategia corporativa
  - 1.- La estrategia de crecimiento
  - 2.- El plan de cartera de la empresa

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PLAN DE MARKETING. ANÁLISIS PREVIO

1. Introducción
2. La planificación estratégica de marketing
3. Ventajas de la planificación de marketing
4. El proceso de planificación
  - 1.- Análisis de las oportunidades del mercado
  - 2.- Selección del mercado objetivo
  - 3.- Posicionamiento competitivo
  - 4.- Desarrollo de los sistemas de marketing
5. Concepto de plan de marketing operativo
6. Características del plan de marketing
7. Posible organización del departamento de marketing
8. Análisis previo de la situación
  - 1.- Análisis externo
  - 2.- Análisis interno
9. Elaboración del plan de marketing

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTABLECIMIENTO DE LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING

1. Los objetivos del plan de marketing
2. Objetivos de venta
3. Objetivos de rentabilidad
4. Objetivos de posicionamiento
5. Otros tipos de objetivos

COMM032PO Gestión del Marketing y la Fuerza de Ventas en la Dirección Estratégica de la Empresa (Sector: Intersectorial/Transversal)

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTRATEGIAS DE MARKETING Y MIX DE MARKETING

- 1.Introducción
- 2.Tipos de estrategias
  - 1.- Líder
  - 2.- Retador
  - 3.- Seguidor
  - 4.- Especialista de nicho
- 3.Estrategias del mix de marketing
  - 1.- Estrategias de producto o de línea de productos
  - 2.- Estrategia de precios
  - 3.- Estrategia de distribución
  - 4.- Estrategia de promoción y publicidad
- 4.Programas de marketing
- 5.Valoración de las estrategias de marketing

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. PREVISIÓN DE VENTAS. CUOTAS DE VENTAS

- 1.Introducción
- 2.Factores a tener en cuenta
- 3.Características de las previsiones de ventas
- 4.Métodos cuantitativos Ventajas y desventajas
  - 1.- Técnicas de series temporales
  - 2.- Método de regresión lineal
- 5.Métodos cualitativos
  - 1.- Previsión de ventas cualitativa Ventajas y desventajas
  - 2.- Técnicas de evaluación cualitativa
- 6.Cuotas de ventas

## UNIDAD DIDÁCTICA 7. SELECCIÓN, MOTIVACIÓN REMUNERACIÓN Y CONTROL DE LA FUERZA DE VENTAS

- 1.Introducción
- 2.Funciones de la fuerza de ventas
- 3.Objetivos de la fuerza de ventas
- 4.Tamaño de la fuerza de ventas
- 5.Estructuración de la función de ventas
- 6.Selección del territorio
- 7.Reclutamiento y selección de vendedores
  - 1.- Criterios de selección
  - 2.- Formación del personal de ventas
  - 3.- Técnicas de venta

COMM032PO Gestión del Marketing y la Fuerza de Ventas en la Dirección Estratégica de la Empresa (Sector: Intersectorial/Transversal)

- 8.Remuneración de la fuerza de ventas
- 9.Modalidades de remuneración
- 10.Otros costes de ventas
- 11.Gestión de la fuerza de ventas
- 12.Control y evaluación de la fuerza de ventas

**UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL PLAN DE MARKETING. ELABORACIÓN DEL PRESUPUESTO**

- 1.Presupuestos de marketing
- 2.Reparto eficiente de recursos
- 3.Sistemas presupuestarios de marketing
- 4.Control del presupuesto de marketing

**UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL PLAN DE MARKETING. SEGUIMIENTO Y CONTROL**

- 1.Introducción Control de las actividades de marketing
- 2.El control del marketing estratégico
- 3.Evaluación y control del plan de marketing operativo
- 4.Criterios de control
  - 1.- Desviaciones en las ventas
  - 2.- Desviaciones en el beneficio
- 5.Algunos ratios de control
- 6.Otros ratios de control

**UNIDAD DIDÁCTICA 10. NUEVAS TENDENCIAS DE MARKETING**

- 1.Evolución del marketing: del marketing de producto al marketing de cliente
- 2.Marketing internacional
- 3.Turbomarketing
- 4.Marketing de fidelización
- 5.Marketing directo moderno (marketing relacional)
- 6.Marketing virtual
- 7.Otros tipos de marketing modernos

**UNIDAD DIDÁCTICA 11. INTEGRACIÓN DEL MARKETING EN LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA**

- 1.Conceptos básicos de dirección estratégica
- 2.Creación de valor en la empresa
- 3.Análisis de sectores
- 4.Recursos y capacidades
- 5.La ventaja competitiva
- 6.Estrategia de la corporación
- 7.La competencia en mercados maduros
- 8.Los mercados basados en tecnología
- 9.Nuevas tendencias en el desarrollo estratégico

---

## REQUISITOS DE ACCESO

## COMM032PO Gestión del Marketing y la Fuerza de Ventas en la Dirección Estratégica de la Empresa (Sector: Intersectorial/Transversal)

Para la realización del Curso SEPE COMM032PO GESTIÓN DEL MARKETING Y LA FUERZA DE VENTAS EN LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA (SECTOR: INTERSECTORIAL/TRANSVERSAL) el requisito principal es ser Trabajador del Sector Intersectorial/Transversal.

### METODOLOGÍA

Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutoría y una lista de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios. La metodología a seguir es ir avanzando a lo largo del itinerario de aprendizaje con una serie de temas y ejercicios. Para su evaluación, el alumno/a deberá completar todos los ejercicios propuestos en el curso. La tutoría del alumno/a por correo una vez se haya comprobado que ha completado el itinerario de aprendizaje satisfactoriamente.

### FICHA MATRICULACIÓN

Para poder formalizar la solicitud de inscripción en este curso debe completar sus datos de registro. Para ello rellene y envíenos su solicitud de participación en pdf que le presentamos continuación:

Solicitud de Participación