



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

UF2225 Marketing de la Actividad de Transporte por Carretera

Modalidad de realización del curso: [A distancia y Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

OBJETIVOS

Este curso se ajusta a lo expuesto en el itinerario de aprendizaje perteneciente a la Unidad Formativa UF2225 Marketing de la actividad de transporte por carretera, incluida en el Módulo Formativo MF2181_3 Comercialización del transporte por carretera, regulada en el Real Decreto 614/2013, de 2 de agosto, que permita al alumnado adquirir las competencias profesionales necesarias para comercializar servicios de transporte por carretera, concretamente atendiendo al marketing de la actividad de transporte por carretera.

CONTENIDOS

UNIDAD FORMATIVA 1. MARKETING DE LA ACTIVIDAD DE TRANSPORTE POR CARRETERA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DEL SERVICIO DE TRANSPORTE POR CARRETERA

1. Clasificación y organización de las empresas de transporte por carretera
2. Análisis económico del mercado del servicio de transporte por carretera:

3. - Oferta y demanda de servicios de transporte
4. - Indicadores básicos de información empresarial
5. Indicadores básicos de la información comercial del transporte: nivel de actividad, precios de carburante, costes y otros
6. Clientes en el transporte por carretera:
7. - Caracterización general de los principales tipos de clientes
8. - Clientes en el sector viajeros
9. - Clientes en el sector mercancías
10. Asociaciones profesionales de transporte
11. - Principales funciones y actividades
12. Requisitos de acceso al mercado de transporte:
13. - Concepto y régimen legal: agencias, transitarios y almacenista-distribuidor
14. - Transporte interior e internacional
15. - Transportes exentos
16. - Actividades auxiliares al transporte: los operadores logísticos, las estaciones de transporte y arrendamientos de vehículos sin conductor y vehículos arrendados

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN EL MERCADO DEL TRANSPORTE POR CARRETERA Y LOGÍSTICO

1. Investigación de mercados y reconocimiento de oportunidades de negocio:
2. - Concepto: oportunidades de negocio y nichos de mercado
3. - Técnicas de análisis y detección de oportunidades de mercado
4. - Análisis DAFO de alternativa de negocio: oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas
5. Fuentes de información comercial y del sector:
6. - Definición de información y toma de decisiones empresariales
7. - Observatorios del sector
8. - Estudios
9. - Revistas especializadas
10. - Asociaciones profesionales de transporte
11. Análisis de la información de mercados:
12. - Técnicas de investigación de mercados
13. - Prospección de clientes

14. - Estudios de mercado en el sector del transporte por carretera
15. Segmentación de clientes en el mercado de transporte
16. - Concepto de segmento y nicho de mercado
17. - Cuota de mercado
18. - Técnicas de segmentación aplicadas al transporte por carretera
19. Estadística aplicable al estudio de mercado del sector
20. - Técnicas de muestreo
21. - Elaboración de cuestionarios para obtención de satisfacción y necesidades
22. - Presentación e interpretación de resultados
23. - Aplicación de herramientas informáticas
24. Planificación en la empresa: concepto y horizonte temporal
25. - Elementos de los planes
26. - Selección de objetivos
27. - Determinación de acciones
28. - Evaluación de alternativas
29. - Planificación y dirección comercial estratégica
30. - Plan de negocio

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARKETING DEL SERVICIO DE TRANSPORTE POR CARRETERA

1. El marketing de servicios:
 2. - Concepto y utilidad para las empresas
 3. - El plan de marketing
 4. - Variables de marketing mix: producto, precio, distribución y comunicación
5. Política de producto:
 6. - Concepto: el servicio de transporte
 7. - Tipos de servicios de transporte
 8. - Caracterización de la política de producto
 9. - Posicionamiento del producto
10. - Estrategias de diferenciación comercial según tipo de servicio, producto y cliente
11. Política de precio:
 12. - El precio del servicio de transporte: costes, tiempo tránsito, frecuencias, etc...
 13. - Escandalo de costes

14. - Márgenes comerciales
15. - Descuentos
16. - Impuestos
17. Política de distribución
18. - Concepto en el servicio de transporte
19. - La red de venta interna y externa
20. Política de comunicación o publicidad
21. - Determinación del público objetivo
22. - Elementos de comunicación y promoción
23. - Medios publicitarios y soportes
24. - Contenido del mensaje
25. - Las relaciones públicas y la promoción de ventas
26. Redacción y presentación del plan de marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROMOCIÓN Y VENTA DEL SERVICIO DE TRANSPORTE POR CARRETERA

1. Promoción del servicio de transporte:
 2. - Medios y acciones: identificación de clientes potenciales y reales
 3. - Apertura de nuevos mercados nacionales e internacionales
 4. - Fidelización de clientes y relaciones comerciales estables en el sector
 5. - Gestión de las relaciones con clientes
6. Captación de clientes:
 7. - Fases del proceso de captación
 8. - La planificación de la visita comercial
9. La visita comercial:
 10. - Contacto
 11. - Venta
 12. - Negociación y postventa
13. Argumentación comercial y refutación de objeciones
14. Técnicas de comunicación comercial con clientes
15. - Elementos de comunicación verbal y no verbal
16. - Técnicas de comunicación verbal y no verbal, escrita y oral que afectan a las relaciones con clientes

17. - Presentación comercial de servicios de transporte por carretera
18. Acciones de marketing directo:
19. - Diferentes acciones de marketing on line y off line
20. - Cartera de clientes. Seguimiento del cliente
21. El marketing «on line» aplicado al mercado de transporte por carretera
22. - B2B y B2C en el ámbito del transporte y la logística
23. Costes de las acciones de comercialización y promoción
24. - Rentabilidad y eficiencia de las acciones promocionales



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es