



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

Curso Práctico: Marketing Estratégico

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

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

OBJETIVOS

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.

CONTENIDOS

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



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