



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE  
DEL ÉXITO**

# Guía del Curso

## Máster en Dirección Comercial y Marketing

---

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

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso, avalada por ENFES.](#)

---

### OBJETIVOS

- Adquirir las competencias profesionales para dirigir la política de ventas de cualquier organización empresarial utilizando diferentes técnicas. - Implantar una estrategia de marketing en todas sus fases. - Asumir funciones de técnico en comunicación interna y comunicación externa, diseño de campañas publicitarias, marketing estratégico, fidelización de clientes, atención al cliente,?. - Proporcionar los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para desarrollarse profesionalmente en el mundo del marketing y las ventas.

### CONTENIDOS

#### MÓDULOS 1. TÉCNICAS DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESOS DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 2. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y RECLAMACIONES PROPIOS DE VENTA

## MÓDULOS 2. TÉCNICAS DE VENTA Y ADMINISTRACIÓN COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TEORÍAS DE LA VENTA. EL VENDEDOR

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL SERVICIO, ASISTENCIA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE/A

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TIPOS DE VENTAS. LA PLATAFORMA COMERCIAL Y PLAN DE ACCIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PROCESO DE DECISIÓN E INFLUENCIAS DE COMPRA EN EL MERCADO

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ELEMENTOS, HABILIDADES Y TÉCNICAS COMERCIALES. LOS CALL CENTERS

UNIDAD DIDÁCTICA 6. COMUNICACIÓN ORAL, EXPRESIÓN ESCRITA Y ESCUCHA EN LA VENTA

## MÓDULOS 3. DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE PLANES DE MARKETING

### PARTE 1. DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE PLANES DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TEORÍA DEL MARKETING Y ESTUDIOS DE MERCADO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PAPEL DEL MARKETING EN EL SISTEMA ECONÓMICO Y EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL MERCADO RELEVANTE

### PARTE 2. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES Y DE LAS ORGANIZACIONES

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

### PARTE 3. MARKETING EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. VENTAJAS E INCONVENIENTES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN INTERNET

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTERNAUTAS COMPRADORES Y NO COMPRADORES

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MARKETING ELECTRÓNICO Y PLAN ESTRATÉGICO

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ¿CÓMO ESTAR PRESENTES EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO?

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PÁGINAS WEB

### MÓDULO 4. CÓMO FIDELIZAR AL CLIENTE

#### PART 1. INSTRUMENTOS DE ACTUACIÓN COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DECISIONES SOBRE PRODUCTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LAS DECISIONES SOBRE DISTRIBUCIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LAS DECISIONES SOBRE PRECIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DECISIONES SOBRE COMUNICACIÓN

#### PARTE 2. INFLUENCIA DE LA PUBLICIDAD EN LA ACCIÓN COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA EMPRESA ANUNCIANTE. EL EMISOR

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL CANAL DE COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA PLATAFORMA COMERCIAL

### PARTE 3. PLANIFICACIÓN Y CONTROL COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DISEÑO, EJECUCIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROYECTO FINAL: ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING.

### PARTE 4 CDROM. MARKETING, PUBLICIDAD, MEDIOS Y VENTAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EJEMPLO PLAN DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EJEMPLO PLAN DE PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EJEMPLO PLAN DE MEDIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EJEMPLO PLAN DE VENTAS

### MÓDULO 5. EXPERTO EN COMERCIO ELECTRÓNICO

TEMA 1. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DESARROLLO APLICADO B2C

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTERNAUTAS COMPRADORES Y NO COMPRADORES

UNIDAD DIDÁCTICA 4. VENTAJAS E INCONVENIENTES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN INTERNET

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ¿CÓMO ESTAR PRESENTES EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO?

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FISCALIDAD DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

UNIDAD DIDÁCTICA 7. SEGURIDAD EN LA RED

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ASPECTOS LEGALES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PLAN ESTRATÉGICO. ESTRUCTURA

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CÓMO FIDELIZAR AL CLIENTE

## MÓDULO 6. EXPERTO EN TÉCNICAS PUBLICITARIAS

### PARTE 1. TÉCNICAS PUBLICITARIAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD. LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA EMPRESA ANUNCIANTE. EL EMISOR

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA AGENCIA PUBLICITARIA. EL EMISOR TÉCNICO

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL CANAL DE COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA PLATAFORMA COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN EN EL MERCADO RELEVANTE

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES Y DE LAS ORGANIZACIONES

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL ATRACTIVO DEL MERCADO Y DE LOS SEGMENTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y EL MARKETING

### PARTE 2. CDROM. MARKETING, PUBLICIDAD, MEDIOS Y VENTAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EJEMPLO PLAN DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EJEMPLO PLAN DE PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EJEMPLO PLAN DE MEDIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EJEMPLO PLAN DE VENTAS



C/ San Lorenzo 2 - 2  
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476  
Fax: 951 987 941



[www.academiaintegral.com.es](http://www.academiaintegral.com.es)  
E-mail: [info@academiaintegral.com.es](mailto:info@academiaintegral.com.es)