

## GUÍA DIDÁCTICA

# GESTIÓN DE VENTAS, MARKETING DIRECTO Y UTILIZACIÓN DE REDES SOCIALES EN LA GESTIÓN COMERCIAL (COMT040PO)

ESTATAL

## Presentación

---

Este curso le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Artes gráficas. Con este curso el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y aplicar técnicas de marketing directo y digital a la gestión de ventas y de relación con los clientes.

## Características



Modalidad

E-learning.



Duración

100h.

## Contacto

---

# GESTIÓN DE VENTAS, MARKETING DIRECTO Y UTILIZACIÓN DE REDES SOCIALES EN LA GESTIÓN COMERCIAL (COMT040PO)

## Objetivos

Aplicar técnicas de marketing directo y digital a la gestión de ventas y de relación con los clientes.

## Programa

100 horas	GESTIÓN DE VENTAS, MARKETING DIRECTO Y UTILIZACIÓN DE REDES SOCIALES EN LA GESTIÓN COMERCIAL (COMT040PO)
100 horas	<p><b>UD 1. GESTIÓN DE LA VENTA Y SU COBRO. ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- La gestión comercial</li><li>- La "conciencia comercial": ¿Qué supone concebir la relación con los clientes desde una perspectiva comercial?</li><li>- Que es vender. Nuevas formas comerciales. Proceso de compra-venta</li><li>- Tipología de la venta. La venta personal</li><li>- El punto de venta y el merchandising</li><li>- Organización del trabajo: gestión de la cartera de clientes</li></ul> <p>La relación con el cliente</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Calidad del servicio al cliente</li><li>- Perfil del cliente actual</li><li>- Derechos y obligaciones del cliente</li><li>- Tipología de comportamientos del cliente y estrategias de gestión</li><li>- Instituciones y Servicios de Protección al consumidor</li></ul> <p>Servicio de atención al cliente. Quejas y reclamaciones</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Procedimiento y normativa en los procesos de reclamación. Documentos necesarios</li><li>- Habilidades de comunicación en el servicio de atención al cliente</li><li>- El manejo y la resolución de conflictos</li><li>- El proceso de atención de quejas y reclamaciones</li></ul>

# GESTIÓN DE VENTAS, MARKETING DIRECTO Y UTILIZACIÓN DE REDES SOCIALES EN LA GESTIÓN COMERCIAL (COMT040PO)

## Programa

100 horas	GESTIÓN DE VENTAS, MARKETING DIRECTO Y UTILIZACIÓN DE REDES SOCIALES EN LA GESTIÓN COMERCIAL (COMT040PO)
100 horas	<p><b>UD 2. HERRAMIENTAS DE LA GESTIÓN COMERCIAL. SEGUIMIENTO DESPUÉS DE EVENTOS O ACCIONES COMERCIALES</b></p> <p><b>El plan de marketing como herramienta de gestión</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Introducción al Marketing</li><li>- El Plan estratégico de Marketing en la empresa: objetivos, fases, implementación</li><li>- Seguimiento y control del Plan de Marketing</li><li>- Políticas de Marketing</li><li>- Estrategias de Marketing</li></ul> <p>La gestión comercial</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Investigación y estudio de mercados y su segmentación</li><li>- Logística Comercial</li><li>- Control y gestión presupuestaria</li><li>- La oferta comercial</li><li>- Política de productos</li><li>- El Departamento Comercial</li><li>- Planificación y desarrollo de eventos y actos comerciales</li><li>- Organización y planificación de eventos</li><li>- Definición, difusión y desarrollo de los eventos de una organización</li><li>- Identidad gráfica de los eventos</li><li>- Protocolo de empresa</li><li>- Participación en eventos extranjeros e internacionales</li><li>- Evaluación de Eventos</li><li>- La comunicación en marketing</li><li>- Estrategias y herramientas</li><li>- Hablar en público</li></ul>

# GESTIÓN DE VENTAS, MARKETING DIRECTO Y UTILIZACIÓN DE REDES SOCIALES EN LA GESTIÓN COMERCIAL (COMT040PO)

## Programa

100 horas	GESTIÓN DE VENTAS, MARKETING DIRECTO Y UTILIZACIÓN DE REDES SOCIALES EN LA GESTIÓN COMERCIAL (COMT040PO)
100 horas	<p><b>UD 3. MÁRKETING DIRECTO</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- El marketing directo como parte del plan de marketing</li><li>- Introducción al Marketing Directo</li><li>- El micromarketing y su aplicación estratégica</li><li>- Marketing Relacional</li><li>- El plan de marketing directo</li><li>- Definición, estructuración e implementación del Plan de Marketing Directo</li><li>- Ventajas del Marketing Directo frente a los Medios Masivos</li><li>- Planificación de Campañas</li><li>- Los Medios del Marketing Directo (prensa, e-mailings, buzoneo mobile marketing, etc...)</li><li>- Marketing On-Line</li><li>- Análisis de Resultados</li><li>- Creatividad en el Marketing Directo: campañas creativas</li><li>- Estrategias de interacción con los clientes</li><li>- Generación, gestión y comunicación de contactos</li><li>- Listas y bases de datos</li><li>- Fidelización de clientes</li><li>- La implementación de un CRM</li><li>- Ley de Protección de Datos</li></ul> <p><b>UD 4. MARKETING DIGITAL. UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES Y OTRAS HERRAMIENTAS WEB EN LA GESTIÓN COMERCIAL Y DE MARKETING</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- La web 2.0 en la empresa</li><li>- La evolución técnica de la Web</li><li>- Áreas de actuación de la empresa en la web 2.0</li><li>- Extender el trabajo de nuestra empresa</li><li>- Marketing en medios sociales -crear contenidos y conversar</li><li>- El social media</li><li>- Redes sociales</li><li>- Gestión de redes sociales</li><li>- Marketing 2.0: Marketing en la red</li><li>- Marketing en medios sociales -escuchar y medir</li><li>- Cómo evaluar nuestro trabajo de Social Media</li><li>- Limitaciones, éxitos y fracasos del Social Media</li><li>- Gestión de crisis</li><li>- Apuntes legales del Social Media</li></ul>