

**Código:** 07785**Curso:** Gestión de ventas, marketing directo y utilización de redes sociales en la gestión comercial**Modalidad:** ONLINE SUBV.**Duración:** 100h.

## Metodología

El Curso está desarrollado con una metodología online. Este sistema de enseñanza está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales. También permite el acceso al curso a aquellas personas que viven en zonas rurales y que tienen interés en continuar formándose. El alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a su disponibilidad de tiempo.

Se dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado, se exigirá un mínimo de 50% del total de las respuestas acertadas. Durante todo el transcurso de la formación, dispondrá de la atención de los tutores, así como la posibilidad de realizar consultas a través de la plataforma de teleformación. Dentro de la plataforma dispondrá de una *Guía didáctica del alumno* donde aparece el horario de tutorías y demás información relevante.

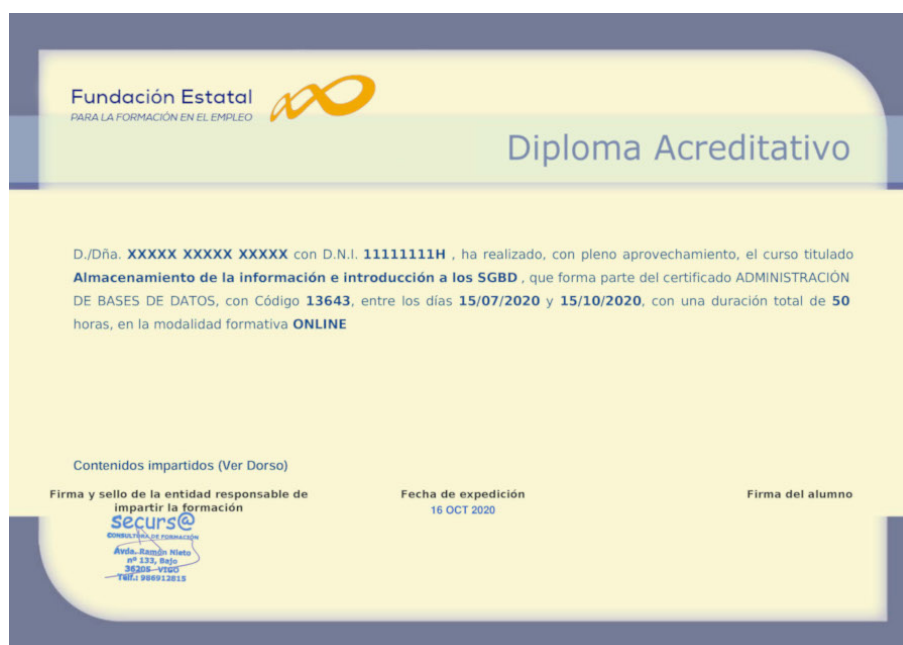
El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la modalidad elegida y de las horas de formación. La titulación será puesta a su disposición en la plataforma de teleformación una vez finalizado el curso.

## Profesorado, medios y titulación

Nuestro centro de formación ha sido fundado en 1996 y en la actualidad, tiene presencia a nivel nacional disponiendo de una plantilla de más de 800 docentes entre personal laboral y freelance. Todos ellos son especialistas en diferentes familias profesionales y les acreditan los numerosos cursos que han impartido para nuestro grupo empresarial. Entre nuestro staff de formadores se encuentran ingenieros, arquitectos, economistas, informáticos, publicistas, diseñadores, médicos, enfermeros, veterinarios, fisioterapeutas, psicólogos, sociólogos, periodistas, filólogos, abogados, cocineros, licenciados en administración de empresas, licenciados en actividades físicas y deportivas, jardineros, peluqueros, educadores sociales, etc.

En todos nuestros cursos, independientemente de la metodología, se ponen a disposición del alumno los medios y materiales docentes necesarios para el desarrollo del mismo. En los cursos en modalidad e-learning, las consultas y tutorías se pueden realizar a través de teléfono, email y la propia plataforma de teleformación.

En cuanto a la titulación, mostramos a continuación, el modelo de diploma que obtendrás a la finalización del curso:



## Requisitos previos

No hay requisitos previos, ni formativos ni profesionales.

## Salidas profesionales

Este curso está específicamente diseñado para incrementar la cualificación profesional en la familia o sector correspondiente.

## Objetivos

Este Curso COMT040PO GESTIÓN DE VENTAS, MARKETING DIRECTO Y UTILIZACIÓN DE REDES SOCIALES EN LA GESTIÓN COMERCIAL le ofrece una formación especializada en la materia. Con este CURSO COMT040PO GESTIÓN DE VENTAS, MARKETING DIRECTO Y UTILIZACIÓN DE REDES SOCIALES EN LA GESTIÓN COMERCIAL 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.

## Contenidos

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN DE LA VENTA Y SU COBRO. ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES

1. - La gestión comercial.
2. - La ?conciencia comercial?: ¿Qué supone concebir la relación con los clientes desde una perspectiva comercial?
3. - Que es vender. Nuevas formas comerciales. Proceso de compra- venta.
4. - Tipología de la venta. La venta personal.
5. - El punto de venta y el merchandising.
6. - Organización del trabajo: gestión de la cartera de clientes.
7. - La relación con el cliente.
8. - Calidad del servicio al cliente.
9. - Perfil del cliente actual.
10. - Derechos y obligaciones del cliente.
11. - Tipología de comportamientos del cliente y estrategias de gestión.
12. - Instituciones y Servicios de Protección al consumidor.
13. - Servicio de atención al cliente. Quejas y reclamaciones.
14. - Procedimiento y normativa en los procesos de reclamación. Documentos necesarios.
15. - Habilidades de comunicación en el servicio de atención al cliente.
16. - El manejo y la resolución de conflictos.
17. - El proceso de atención de quejas y reclamaciones.

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. HERRAMIENTAS DE LA GESTIÓN COMERCIAL. SEGUIMIENTO DESPUÉS DE EVENTOS O ACCIONES COMERCIALES.

1. - El plan de marketing como herramienta de gestión.
2. - Introducción al Marketing.
3. - El Plan estratégico de Marketing en la empresa: objetivos, fases, implementación.
4. - Seguimiento y control del Plan de Marketing.
5. - Políticas de Marketing.
6. - Estrategias de Marketing.
7. - La gestión comercial.
8. - Investigación y estudio de mercados y su segmentación.
9. - Logística Comercial.
10. - Control y gestión presupuestaria.
11. - La oferta comercial.
12. - Política de productos.
13. - El Departamento Comercial.
14. - Planificación y desarrollo de eventos y actos comerciales.
15. - Organización y planificación de eventos.
16. - Definición, difusión y desarrollo de los eventos de una organización.
17. - Identidad gráfica de los eventos.
18. - Protocolo de empresa.
19. - Participación en eventos extranjeros e internacionales.

- 20. - Evaluación de Eventos.
- 21. - La comunicación en marketing.
- 22. - Estrategias y herramientas.
- 23. - Hablar en público.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. MÁRKETING DIRECTO.

- 1. - El marketing directo como parte del plan de marketing.
- 2. - Introducción al Marketing Directo.
- 3. - El micromarketing y su aplicación estratégica.
- 4. - Marketing Relacional.
- 5. - El plan de marketing directo.
- 6. - Definición, estructuración e implementación del Plan de Marketing Directo.
- 7. - Ventajas del Marketing Directo frente a los Medios Masivos.
- 8. - Planificación de Campañas.
- 9. - Los Medios del Marketing Directo (prensa, e-mailings, buzoneo mobile marketing, etc.).
- 10. - Marketing On-Line.
- 11. - Análisis de Resultados.
- 12. - Creatividad en el Marketing Directo: campañas creativas.
- 13. - Estrategias de interacción con los clientes.
- 14. - Generación, gestión y comunicación de contactos.
- 15. - Listas y bases de datos.
- 16. - Fidelización de clientes.
- 17. - La implementación de un CRM.
- 18. - Ley de Protección de Datos.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. MARKETING DIGITAL. UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES Y OTRAS HERRAMIENTAS WEB EN LA GESTIÓN COMERCIAL Y DE MARKETING.

- 1. - La web 2.0 en la empresa.
- 2. - La evolución técnica de la Web.
- 3. - Áreas de actuación de la empresa en la web 2.0.
- 4. - Extender el trabajo de nuestra empresa.
- 5. - Marketing en medios sociales -crear contenidos y conversar.
- 6. - El social media.
- 7. - Redes sociales.
- 8. - Gestión de redes sociales.
- 9. - Marketing 2.0: Marketing en la red.
- 10. - Marketing en medios sociales -escuchar y medir.
- 11. - Cómo evaluar nuestro trabajo de Social Media.
- 12. - Limitaciones, éxitos y fracasos del Social Media.
- 13. - Gestión de crisis.
- 14. - Apuntes legales del Social Media.