

devos® | Business
School

Curso Formativo en
Marketing
Y Ventas

PRESENTACIÓN

El **Curso Formativo en Marketing y Ventas** te prepara para afrontar los nuevos retos comerciales que se presentan en el mercado actual aplicando las técnicas necesarias para la consecución de los objetivos corporativos. Este curso te ayudará a encontrar los métodos más eficientes y adecuados para aprovechar las oportunidades en comunicación, visibilidad, así como en la ampliación hacia nuevos mercados.

En este curso vas a aprender a conocer la información del cliente, a entrar en contacto con él, todo ello siempre encaminado a mejorar las relaciones entre empresa y cliente y mejorar las transacciones entre ambos.

Conocerás los métodos más efectivos para hacer llegar el producto al público objetivo de manera eficiente y satisfactoria para tras lo cual poder cuantificar y valorar los resultados obtenidos, así como el marco económico del comercio para poder aprovechar las oportunidades de venta que se presenten. Es fundamental conocer las funciones propias del departamento comercial así como conocer su entorno y las técnicas más oportunas a usar en cada situación para lograr el objetivo de ventas.

El **Curso Formativo en Publicidad y Marketing** describe de forma clara y sencilla los aspectos básicos de estas disciplinas, adentrándose a posteriori, en las herramientas, las técnicas y los conocimientos esenciales para la formulación de estrategias de marketing y el desarrollo exitoso de la actividad comercial.

PLAN DE ESTUDIOS

El programa está estructurado en temas que se pueden cursar en el orden que el alumno prefiera. Para obtener el correspondiente título académico el alumno deberá realizar un Trabajo Final y este deberá ser evaluado positivamente por parte del profesorado.

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING

1.- MARKETING ESTRATÉGICO

- 1.1.- DEFINICIÓN Y BREVE HISTORIA DEL MARKETING
- 1.2.- LAS VARIABLES DEL MARKETING (LAS 4 P's)
- 1.3.- EL PLAN DE MARKETING Y SUS ETAPAS

2.- MARKETING DIRECTO

- 2.1.- DEFINICIÓN, FUNCIONES Y VENTAJAS DEL MARKETING DIRECTO
- 2.2.- VARIABLES DEL MARKETING DIRECTO
- 2.3.- ESTRATEGIA Y MARKETING DIRECTO
- 2.4.- GENERACIÓN DE LA COMUNICACIÓN MÁS EFICAZ EN CADA MEDIO
- 2.5.- MARKETING DIRECTO POR INTERNET

3.- COMUNICACIÓN INTEGRADA DE MARKETING

- 3.1.- VEHÍCULOS DE COMUNICACIÓN
- 3.2.- EL PAPEL DE LA PROMOCIÓN EN LAS ACCIONES DE MARKETING INTEGRADAS
- 3.3.- ESTRATEGIAS DE MARKETING INTEGRADAS
- 3.4.- EL DISEÑO DEL PROGRAMA DE ACCIONES DE MARKETING INTEGRADAS (AMI)

4.- LAS PROMOCIONES DE VENTAS

- 4.1.- DEFINICIÓN E IMPORTANCIA
- 4.2.- QUÉ ES MEJOR: ¿HACER PUBLICIDAD O HACER PROMOCIONES?
- 4.3.- LAS PROMOCIONES DIRIGIDAS AL CONSUMIDOR
- 4.4.- LAS PROMOCIONES DIRIGIDAS A LOS COMPONENTES DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN
- 4.5.- LAS PROMOCIONES EN TÁNDEM O COOPERACIÓN

5.- ANÁLISIS CUANTITATIVO DE LAS DECISIONES COMERCIALES

- 5.1.- NATURALEZA Y CLASIFICACIÓN DE LOS COSTES
- 5.2.- MARGEN DE CONTRIBUCIÓN
- 5.3.- PUNTO DE EQUILIBRIO
- 5.4.- COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

5.5.- CLASIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS

6.- LOS PRECIOS

6.1.- INTRODUCCIÓN: EL PRECIO COMO FACTOR BÁSICO DEL MARKETINGMIX

6.2.- VARIABLES PARA EL ANÁLISIS DE LAS DECISIONES DE FIJACIÓN DE PRECIOS

6.3.- EL TECHO MÍNIMO: ESTRUCTURA DE COSTES DEL PRODUCTO

6.4.- EL TECHO MÁXIMO: VALOR PERCIBIDO POR EL CONSUMIDOR

6.5.- LA COMPETENCIA

6.6.- LAS INFLUENCIAS GUBERNAMENTALES

6.7.- OBJETIVOS EN LA FIJACIÓN DE PRECIOS

6.8.- EL PROCESO DE FIJACIÓN DE PRECIOS

6.9.- EL PROCESO DE COMODITIZACIÓN

7.- ANEXO. EJEMPLO DE PLAN DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA VENTA

1.- LA ACTIVIDAD COMERCIAL. FUNDAMENTOS BÁSICOS

1.1.- INTRODUCCIÓN

1.2.- EL PRODUCTO

1.3.- EL CLIENTE O CONSUMIDOR

1.4.- EL PROCESO DE GESTIÓN DE LAS VENTAS

1.5.- FACTORES QUE AFECTAN A LAS VENTAS

2.- LA ACCIÓN DE VENTAS

2.1.- INTRODUCCIÓN

2.2.- EL DEPARTAMENTO DE VENTAS

2.3.- PLANIFICACIÓN DE LAS VENTAS

3.- TÉCNICAS DE VENTA

3.1.- INTRODUCCIÓN

3.2.- MODELO AIDA

3.3.- MÉTODO SPIN

3.4.- MÉTODO SNAP

3.5.- SISTEMA SANDLER

3.6.- MÉTODO DEL VENDEDOR RETADOR

3.7.- MODELO DE VENTA CONSULTIVA

3.8.- CONCLUSIÓN

4.- ESTRATEGIAS DE VENTAS

4.1.- INTRODUCCIÓN

4.2.- TIPOS DE ESTRATEGIAS DE VENTAS

4.3.- FACTORES PARA IMPLANTAR LA ESTRATEGIA DE VENTAS

5.- LAS OBJECIONES EN LA VENTA

- 5.1.- INTRODUCCIÓN
- 5.2.- TIPOS DE OBJECIONES DE VENTA
- 5.3.- CÓMO SUPERAR LAS OBJECIONES
- 5.4.- LAS OBJECIONES MÁS COMUNES
- 5.5.- LAS EXCUSAS

6.- LA FUERZA DE VENTAS

- 6.1.- INTRODUCCIÓN
- 6.2.- LA FUERZA DE VENTAS
- 6.3.- LA CAPACITACIÓN COMERCIAL DE LA FUERZA DE VENTAS
- 6.4.- EL VENDEDOR

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA VENTA CONSULTIVA

1.- LA VENTA CONSULTIVA

- 1.1.- INTRODUCCIÓN
- 1.2.- LA VENTA CONSULTIVA
- 1.3.- ASPECTOS CLAVE DE LA VENTA CONSULTIVA
- 1.4.- CARACTERÍSTICAS DE LA VENTA CONSULTIVA
- 1.5.- ELEMENTOS DE LA VENTA CONSULTIVA
- 1.6.- BENEFICIOS DE LA VENTA CONSULTIVA
- 1.7.- CARACTERÍSTICAS DEL COMERCIAL DE VENTA CONSULTIVA

2.- EL PROCESO DE LA VENTA CONSULTIVA

- 2.1.- INTRODUCCIÓN
- 2.2.- FASE 1: PREPARACIÓN PREVIA
- 2.3.- FASE 2: PRESENTACIÓN Y ESCUCHA ACTIVA
- 2.4.- FASE 3: ENTENDIMIENTO Y VALIDACIÓN
- 2.5.- FASE 4: PRESENTACIÓN, ARGUMENTACIÓN Y CIERRE
- 2.6.- FASE 5: CRM Y SEGUIMIENTO

3.- LAS PREGUNTAS EN LA VENTA CONSULTIVA. SPIN SELLING

- 3.1.- INTRODUCCIÓN
- 3.2.- EL MÉTODO “SPIN SELLING”
- 3.3.- ETAPAS DEL MÉTODO SPIN
- 3.4.- EL MÉTODO SPIN PARA LA VENTA CONSULTIVA HOY EN DÍA
- 3.5.- PREGUNTAS ABIERTAS
- 3.6.- PREGUNTAS CERRADAS

4.- EL “ELEVATOR PITCH”

- 4.1.- EL “ELEVATOR PITCH”

- 4.2.- CÓMO ELABORAR UN “ELEVATOR PITCH”
- 4.3.- EJEMPLOS DE “ELEVATOR PITCH”
- 4.4.- EL “ELEVATOR PITCH” Y LA VENTA CONSULTIVA

5.- “BUYER PERSONA” Y EL EMBUDO DE VENTAS

- 5.1.- INTRODUCCIÓN
- 5.2.- DEFINICIÓN DE “BUYER PERSONA”
- 5.3.- EL EMBUDO DE VENTAS
- 5.4.- ESTRUCTURA DE UN EMBUDO DE VENTAS
- 5.5.- EL EMBUDO DE VENTAS EN NEGOCIOS ONLINE

6.- LA ENTREVISTA COMERCIAL

- 6.1.- INTRODUCCIÓN
- 6.2.- PASOS A SEGUIR EN UNA ENTREVISTA COMERCIAL
- 6.3.- CONSEJOS PARA REALIZAR LA ENTREVISTA COMERCIAL

¿QUÉ VAS A CONSEGUIR CON ESTE CURSO?

IMPULSAR TU CARRERA PROFESIONAL

Adquirirás los conocimientos que necesitas para ser un experto y llegar a lo más alto:

- Refuerza tu CV y conviértete en un profesional más valorado por las mejores empresas.
- Aumenta tu empleabilidad.
- Aprende a innovar en tu trabajo actual.
- Aprende a pensar y hablar como experto en Marketing y Ventas.
- Entiende el ecosistema actual más innovador.
- Complementa tu formación especializada o técnica.

MEJORAR TU EMPRESA

Obtendrás el conocimiento y desarrollarás las habilidades clave para convertir una empresa del montón en una empresa ganadora:

- Definir objetivos.
- Diseñar propuestas de valor para diferenciarte y crecer.

- Aprenderás a innovar en tu modelo de negocio.
- Gestiona mejor tus equipos comerciales.
- Aprenderás a vender más y mejor.
- Entenderás la importancia del Marketing y las Ventas para cualquier actividad.

MODALIDAD

100 % ONLINE.

Una vez recibida tu matrícula enviaremos a tu correo electrónico las claves para acceder al Campus Virtual, donde encontrarás todo el material de estudio necesario.

Fecha de inicio: a elegir.

Tú decides cuándo empezar, y dónde estudiar.

Duración: 40 horas.

Dispones de 3 meses para finalizar el curso una vez formalizada la matrícula. No obstante, podrás solicitar cuantas prórrogas necesites por diferentes motivos justificados.

TITULACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá la titulación emitida por nuestra **Escuela de Negocios:**

Diploma de **Experto en Marketing y Ventas**