

DIRECCION DE EQUIPOS DE VENTA Y MARKETING. PROGRAMA AVANZADO EN MARKETING Y VENTAS

Duración: 120 horas.

Modalidad: Teleformación

Objetivos de la acción formativa:

OBJETIVO GENERAL:

Adquirir una visión completa y práctica de la organización y funcionamiento del departamento de marketing y de ventas de una empresa, centrándose en las responsabilidades del director.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Profundizar en los elementos del marketing mix y en los métodos de trabajo de un departamento de marketing en la vida real.
- Estudiar el plan de marketing, su establecimiento, aplicación y control, así como las diferentes técnicas de venta, y el desarrollo y dirección de la fuerza de ventas.
- Analizar las nuevas tendencias de marketing en el siglo XXI.
- Reconocer la importancia que para el marketing tiene la dirección estratégica de la empresa.

Contenidos de la acción formativa:

MÓDULO I. CONCEPTOS DE MARKETING. NECESIDAD, DESEO Y DEMANDA (10 HORAS).

MÓDULO II. EL PLAN ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA (10 HORAS).

MÓDULO III. EL PLAN DE MARKETING. ANÁLISIS PREVIO (10 HORAS).

MÓDULO IV. ESTABLECIMIENTO DE LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING (10 HORAS).

MÓDULO V. ESTRATEGIAS DE MARKETING Y MIX DE MARKETING (10 HORAS).

MÓDULO VI. PREVISIÓN DE VENTAS. CUOTAS DE VENTAS (10 HORAS).

MÓDULO VII. SELECCIÓN, MOTIVACIÓN REMUNERACIÓN Y CONTROL DE LA FUERZA DE VENTAS (10 HORAS).

MÓDULO VIII. EL PLAN DE MARKETING. ELABORACIÓN DEL PRESUPUESTO (10 HORAS).

MÓDULO IX. EL PLAN DE MARKETING. SEGUIMIENTO Y CONTROL (10 HORAS).

MÓDULO X. NUEVAS TENDENCIAS DE MARKETING (10 HORAS).

MÓDULO XI. INTEGRACIÓN DEL MARKETING EN LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA (20 HORAS).

INTERESADOS/AS ENVIAR EL C.V. A: rodrigofernandez@metodoconsultores.com

REF: F130555AA.76