



TÉCNICO

MERCADEO Y VENTAS



DESCRIPCIÓN

Brindar una formación y herramientas en mercadeo y ventas de bienes y servicios, que le permita implementar estrategias de comercialización para ofrecer a sus clientes oportunidades y experiencias innovadoras y atractivas que mejoren su calidad de vida.

PERFIL PROFESIONAL

El profesional estará capacitado para identificar tendencias de mercado, estudiar las oportunidades de venta, con el fin de implementar estrategias de mercadeo y desarrollar campañas comerciales adecuadas a las necesidades de sus clientes.

MERCADO LABORAL

El campo laboral del mercadeo y las ventas es un abanico muy amplio, ya que esta área de estudio engloba distintos conocimientos, algunas opciones laborales son: asistente para gerencia de mercadeo y ventas, investigación de mercado, marketing digital, emprendedor o empresario de su propio negocio, ejecutivo comercial, asesor comercial, auxiliar de mercadeo, asesor de ventas y publicitario, entre otras áreas.

GENERAL

DURACIÓN: CURSO LIBRE TÉCNICO DE 72H, COMPENDIDO POR 6 MÓDULOS

MODALIDAD: VIRTUAL

PLAN DE ESTUDIO

1. FUNDAMENTOS DE MERCADEO Y SU EVOLUCIÓN.

- Conceptos de mercadeo
- Ventajas del mercadeo y su diferencia con las ventas
- El mercadeo en la empresa
- Evolución del concepto de mercadeo

2. PROSPECCIÓN Y SEGMENTACIÓN DE CLIENTES.

- Definición de Prospección de clientes y su importancia
- Estrategias y herramientas de prospección
- Concepto de Segmentación de clientes y su importancia
- Estrategias de segmentación de clientes

3. ESTRATEGIAS DE MARKETING.

- Plan estratégico empresarial
- Las 4P's del marketing y sus aplicaciones en los negocios
- Las 4 P's de marketing innovadoras
- Estrategias de marketing efectivas

4. GESTIÓN DE VENTAS.

- Plan de ventas y estrategias innovadoras
- Habilidades de un gestor de ventas
- Qué son las neuroventas y sus ventajas
- Seguimiento y fidelización de clientes

5. INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y MEDICIÓN DE SATISFACCIÓN.

- Concepto y pasos de investigación de mercado
- Tipos de fuentes de información
- Métodos de investigación de mercado
- Validación, análisis, reporte y toma de decisiones

PLAN DE ESTUDIO

6. MARKETING DIGITAL.

- Marketing digital como protagonista
- Social Media Marketing y sitio web
- SEO - SEM y página web
- Herramientas de marketing digital