



EUROINNOVA.ES
Líder en Formación a distancia

Técnico Superior en Dirección y Gestión de Planes de Marketing

+ Información Gratis

Titulación acreditada por la Comisión Internacional de Formación de la UNESCO

Técnico Superior en Dirección y Gestión de Planes de Marketing

Duración: 180 horas

Precio: 180 € *

Modalidad: A distancia

* Materiales didácticos, titulación oficial y gastos de envío incluidos.

Descripción

Formación superior que enseña a dirigir y a gestionar los distintos planes de marketing, estrategias de desarrollo y sistemas de publicidad para PYMES, en el ámbito profesional.



+ Información Gratis

www.euroinnova.es

Información y matrículas: 958 050 200

Fax: 958 050 244



A quién va dirigido

El curso está dirigido a profesionales del área del marketing y de las ventas que busquen ampliar sus habilidades y conocimientos. A personas con responsabilidades en pequeñas y medianas empresas (PYMES) que busquen potenciar sus estrategias de venta, distribución, publicidad, etc. También a aquellas personas que sin experiencia previa, quieran encaminarse profesionalmente hacia el mundo del marketing.

Objetivos

Aportar al alumno de un modo rápido y sencillo todo aquello que requiere conocer para llevar a cabo estudios de viabilidad de mercado, así como para elaborar y gestionar un plan de marketing para una empresa concreta.

Para que te prepara

Este curso proporciona todos los conocimientos prácticos necesarios para desarrollarse profesionalmente en el mundo del marketing y las ventas. Con numerosos ejemplos del mercado español, y especialmente, de pequeñas y medianas empresas (PYMES).

Salidas laborales

MARQUETING

Titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Euroinnova Formación vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).



Forma de financiación

- Contrarrembolso.
- Transferencia.
- Tarjeta de crédito.

+ Información Gratis

www.euroinnova.es

Información y matrículas: 958 050 200

Fax: 958 050 244



Metodología

Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios.

Los materiales son de tipo monográfico, de sencilla lectura y de carácter eminentemente práctico. La metodología a seguir se basa en ir leyendo el manual teórico así como ir visionando las distintas lecciones que presenta el CDROM Multimedia, a la vez que se realizan las distintas prácticas que se adjuntan en el Cuaderno de Ejercicios.

Para su evaluación, el alumno/a deberá hacernos llegar en el sobre de franqueo en destino, el Cuaderno de Ejercicios que se adjunta en la subcarpeta. La titulación será remitida al alumno/a por correo, una vez se haya comprobado el nivel de satisfacción previsto (60% de total de las respuestas).

Materiales didácticos

- CDROM 'Técnico Superior en Dirección y Gestión de Planes de Marketing'
- Manual teórico 'Técnico Superior en Dirección y Gestión de Planes de Marketing'
- Cuaderno de ejercicios



Profesorado y servicio de tutorías

Nuestro centro tiene su sede en el "Centro de Empresas Granada", un moderno complejo empresarial situado en uno de los centros de negocios con mayor proyección de Andalucía Oriental. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional.

Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.



Plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido:

- **Master a distancia y online:** El plazo de finalización será de 12 meses a contar desde la fecha de recepción de las materiales del curso.

- **Curso a distancia y online:** El plazo de finalización será de 6 meses a contar desde la fecha de recepción de los materiales del curso.

En ambos casos, si una vez cumplido el plazo no se han cumplido los objetivos mínimos exigidos (entrega de ejercicios y evaluaciones correspondientes), el alumno podrá solicitar una prórroga con causa justificada de 3 meses.

Bolsa de empleo

El alumno tendrá la posibilidad de incluir su currículum en nuestra bolsa de empleo y prácticas, participando así en los distintos procesos de selección y empleo gestionados por más de 2000 empresas y organismos públicos colaboradores, en todo el territorio nacional.

Club de alumnos

Servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

Revista digital

El alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

Programa formativo

MÓDULO 1. TÉCNICO SUPERIOR EN MARKETING.

TEMA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING.

Definiciones posibles.

Enfoques empresariales.

Marketing-mix.

Factores que influyen en el marketing.

TEMA 2. EL COMERCIO ELECTRÓNICO.

Concepto y tipos de comercio electrónico.

Comercio electrónico entre empresa y particular (B2C).

Comercio electrónico entre empresas (B2B).

Comercio electrónico con la administración pública: e-government.

El comercio electrónico en las funciones de empresa.

Crear la empresa y ponerla en Internet.

La empresa como sistema.

El comercio electrónico en marketing y ventas.

E-CRM: Customer Relation Management. Gestión de relaciones con clientes.

Información sobre el sector o mercados.

Publicidad.

Departamento de compras.

El comercio electrónico en los recursos humanos.

Teletrabajo.

Redistribución geográfica de las actividades.

Outsourcing.

El comercio electrónico en la logística.

El ECR, Respuesta Eficiente al Consumidor.

Operadores lógicos en Internet.

El EDI y la transmisión de documentos electrónicos.

Pagos y cobros electrónicos.

Factoring Proveedor o Confirming.

Modos de negocio en Internet.

Resumen y conclusiones.

TEMA 3. TEORÍA DEL MARKETING.

El papel del marketing en el sistema económico y en la gestión empresarial.

Definición y delimitación del mercado relevante.

El análisis del comportamiento de compra de los consumidores y de las organizaciones.

La segmentación del mercado.

El atractivo del mercado y de los segmentos: análisis de la demanda y de la estructura competitiva.

La investigación de mercados y el marketing.

Las decisiones sobre productos.

Las decisiones sobre distribución.

Las decisiones sobre precios.

Las decisiones sobre comunicación.

El diseño, ejecución y control del plan de marketing.

TEMA 4. MARKETING ESTRATÉGICO.

Introducción.

+ Información Gratis

Marketing estratégico VS. Marketing operacional.
Esquema del plan de Marketing estratégico.
Misión del plan de Marketing estratégico.
Definición del mercado de referencia.
Análisis del atractivo del mercado de referencia.
Análisis competitivo.
Análisis de cartera de actividades.
Estrategias de desarrollo.

TEMA 5. SISTEMAS PUBLICITARIOS.

Estructura general de la publicidad.
El anunciante como inversor (español).
Televisión interactiva y WAP.
Marketing on-line en España.
Síntesis, conclusiones y perspectivas de futuro del marketing on-line.
Las empresas publicitarias.
Las empresas publicitarias.
Las centrales de medios.
Las empresas de investigación publicitaria.

MÓDULO 2. CASOS PRÁCTICOS.

Adolfo Domínguez (caso práctico empresa).
Bermejo.
Telepizza.
El plan de marketing.
Plan de turismo (caso práctico de plan de marketing).
Plan de marketing para una ciudad.
Plan de marketing empresa de chocolate.
Plan de viabilidad 1.
Plan de viabilidad 2.

MÓDULO 3. APLICACIONES PARA LA GESTIÓN DE DEPARTAMENTOS DE MARKETING.

Combinar correspondencia.
Cálculo del umbral de rentabilidad.
Curso multimedia de SPSS. Gestión de la aplicación líder en estadística y probabilidad.
La función Solver.
Presentaciones comerciales de planes de marketing en Powerpoint.
Las 22 leyes del marketing.
Marketing y ventas. Pasos para una negociación comercial.