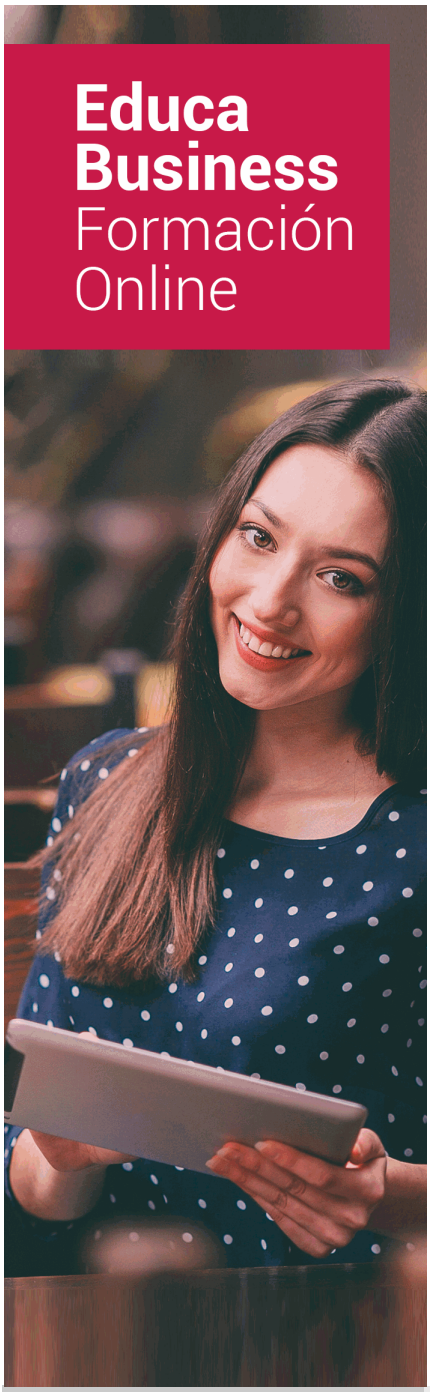
EDUCA BUSINESS SCHOOL

Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL

Postgrado en Marketing y Dirección Comercial



SOBRE EDUCA

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA CALIDAD

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con **el Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación**(AENOR) de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, l**os cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones** dentro de la Administración Pública.Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya** (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

Postgrado en Marketing y Dirección Comercial

DURACIÓN:
420 horas

MODALIDAD:
Online

PRECIO:
1.200 €
Incluye materiales didácticos, titulación y gastos de envío.

CENTRO DE FORMACIÓN:
Educa Business School

Titulación

Titulación Expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School 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).

Educa Business School

como Escuela de Negocios de Formación de Postgrado
EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de 425 horas, perteneciente al Plan de formación de EDUCA BUSINESS SCHOOL en la convocatoria de 2019
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXX

Con una calificación de NOTABLE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a 11 de Noviembre de 2019

La Dirección General
JESÚS MORENO HIDALGO

Sello

Firma del Alumno/a
NOMBRE DEL ALUMNO

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Descripción

Si le interesa el entorno del Marketing digital y quiere conocer los aspectos comerciales necesarios de este entorno este es su momento, con el Postgrado en Marketing Digital y Dirección Comercial podrá adquirir las técnicas oportunas para realizar esta función de la mejor manera posible. El Marketing se entiende como el conjunto de actividades destinadas a lograr con beneficio la satisfacción del consumidor mediante un producto o servicio. Para satisfacer sus necesidades son necesarias una serie de técnicas relacionadas con la venta entre otras. Con este Postgrado aprenderá todo lo referente sobre

Objetivos

- Acercar al mundo del mercado tradicional y de sus características.
- Insertar al alumnado en el mundo del comercio electrónico y el desarrollo del marketing en esta área.
- Conocer los instrumentos de actuación comercial.
- Introducir al alumnado en el mundo de la publicidad y su repercusión en las ventas.
- Organizar los recursos humanos y técnicos necesarios para favorecer el desarrollo óptimo del plan de ventas.
- Liderar el equipo de comerciales facilitando su implicación y motivación para favorecer el cumplimiento de los objetivos del plan de ventas, valores e identidad corporativa.
- Confeccionar los documentos básicos derivados de la actuación en la venta, aplicando la normativa vigente y de acuerdo con unos objetivos definidos.
- Adoptar criterios comerciales en el diseño de páginas para la comercialización aplicando técnicas de venta adecuadas.

A quién va dirigido

El Postgrado en Marketing Digital y Dirección Comercial está dirigido a profesionales del mundo del marketing digital que deseen seguir formándose en la materia, así como a personas interesadas en dedicarse profesionalmente a actividades comerciales en Internet.

Para qué te prepara

Este Postgrado en Marketing Digital y Dirección Comercial le prepara para adquirir las técnicas y conocimientos oportunos que le ayudarán a desenvolverse de manera profesional en el entorno del marketing digital, conociendo además los procesos de venta en este ámbito.

Salidas Laborales

Comercio electrónico / Marketing digital / Dirección comercial.

-

Formas de Pago

- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay
Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses
+ Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono (+34) 958 050 217 e infórmate de los pagos a plazos sin intereses que hay disponibles

Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.
En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.
10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.

Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.
El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.
Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.
Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.
Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado.**

Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa,** donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.

Reinventamos la Formación Online

Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.

Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.

Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.

Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.

Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.

Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.

Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.

Revista Digital

El alumnado puede 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, y otros recursos actualizados de interés.

Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

Acreditaciones y Reconocimientos

Temario

PARTE 1. DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE PLANES DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING EN GESTIÓN EMPRESARIAL Y SISTEMA ECONÓMICO

1.El concepto y contenido del marketing evolución: Intercambio como criterio de demarcación del alcance del marketing.
2.El marketing en el sistema económico
3.El marketing como cultura: evolución del marketing en la empresa. Tendencias actuales en el marketing
4.Marketing y dirección estratégica: marketing operativo y marketing estratégico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MERCADO RELEVANTE: DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN

1.Orientación de las organizaciones hacia el entorno
2.Delimitación y definición del mercado
3.Bienes de consumo y su mercado
4.Uso del producto hacia el mercado industrial
5.Uso del producto hacia el mercado de servicios

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMPORTAMIENTO DE COMPRA DEL CONSUMIDOR Y LAS ORGANIZACIONES: ANÁLISIS

1.Comportamiento de compra: Estudio del alcance e interrelaciones con otras disciplinas y características
2.Comportamiento de compra de los consumidores: Condicionantes de compra
3.Estudio de los diferentes comportamientos de compra y etapas del proceso de compra en mercados de consumo
4.Comportamiento de compra de las organizaciones: condicionantes, tipos de comportamiento y etapas en el proceso de compra industrial.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

1.Estrategia de segmentación del mercado: La importancia en la estrategia de las organizaciones
2.Segmentación de mercados: Criterios de consumo e industriales. Condiciones para una segmentación eficiente
3.Cobertura del mercado: Estrategias
4.Segmentación de mercados: Técnicas a priori y a posteriori

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ANÁLISIS DE ESTRUCTURA COMPETITIVA Y DEMANDA

1.Primeros pasos
2.Concepto, factores condicionantes de la demanda y dimensiones del análisis de la demanda
3.Análisis de componentes y determinación del concepto de cuota de mercado de marca
4.Modelos explicativos: selección e intercambio de marca
5.Principales factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MERCADOS Y EL MARKETING: INVESTIGACIÓN

1.El sistema de información de marketing y sus componentes
2.Investigación de mercados: Concepto, objetivos y aplicaciones
3.Estudio de investigación de mercados: Metodología de realización

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE PRODUCTOS

1.Definición de producto: atributos formales del producto
2.Diferenciación y de posicionamiento del producto: Estrategias
3.Etapas del desarrollo y diseño de nuevos productos
4.El producto y su ciclo de vida
5.La cartera de productos: Modelos de análisis
6.Estrategias de crecimiento para las empresas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE DISTRIBUCIÓN

1.Concepto, utilidades e importancia del canal de distribución
2.Función de cada uno de los componentes del canal de distribución
3.Longitud, factores condicionantes, e intensidad del diseño del canal de distribución:
4.Formas comerciales: clasificación
5.El merchandising

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE PRECIOS

1.Introducción
2.Concepto e importancia del precio como instrumento de decisiones comerciales
3.Fijación de precios: Principales factores condicionantes
4.Fijación de precios: Procedimientos de fijación de precios y métodos basados en los costes, en la competencia y en la demanda
5.Fijación de precios: Estrategias

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA TOMA DE DECISIONES SOBRE COMUNICACIÓN

1.Concepto e importancia de la comunicación comercial
2.Principales factores condicionantes en la estrategia y del mix de comunicación comercial

3.Venta personal, publicidad, relaciones públicas, promoción de ventas y marketing directo de mix de comunicación comercial
4.Imagen corporativa

UNIDAD DIDÁCTICA 11. EL DISEÑO, EJECUCIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING

1.Concepto, utilidad y horizonte temporal: El plan de marketing:
2.Principales etapas del diseño del plan de marketing
3.Tipos de control en la ejecución y control del plan de marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PROYECTO FINAL: CREACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

1.Introducción

PARTE 2. GESTIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS Y EQUIPOS COMERCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DETERMINACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS.

1.Definición y conceptos clave.
2.Establecimiento de los objetivos de venta
3.Predicción de los objetivos ventas.
4.El sistema de dirección por objetivos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. RECLUTAMIENTO Y RETRIBUCIÓN DE VENDEDORES

1.El reclutamiento del vendedor:
2.El proceso de selección de vendedores.
3.Sistemas de retribución de vendedores.
4.La acogida del vendedor en la empresa.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LIDERAZGO DEL EQUIPO DE VENTAS

1.Dinamización y dirección de equipos comerciales.
2.Estilos de mando y liderazgo.
3.Las funciones de un líder.
4.La Motivación y reanimación del equipo comercial.
5.El líder como mentor.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ORGANIZACIÓN Y CONTROL DEL EQUIPO COMERCIAL

1.Evaluación del desempeño comercial:
2.Las variables de control.
3.Los parámetros de control.
4.Los instrumentos de control:
5.Análisis y evaluación del desempeño de los miembros del equipo comercial:
6.Evaluación general del plan de ventas llevado a cabo y de la satisfacción del cliente.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FORMACIÓN Y HABILIDADES DEL EQUIPO DE VENTAS

1.Necesidad de la formación del equipo.
2.Modalidades de la formación,

3.La formación inicial del vendedor.
4.La formación permanente del equipo de ventas.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN EL EQUIPO COMERCIAL.

1.Teoría del conflicto en entornos de trabajo.
2.Identificación del conflicto.
3.La resolución del conflicto.

PARTE 3. ORGANIZACIÓN DE PROCESOS DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DEL ENTORNO COMERCIAL

1.Estructura del entorno comercial
2.Fórmulas y formatos comerciales
3.Evolución y tendencias de la comercialización y distribución comercial. Fuentes de información y actualización comercial
4.Estructura y proceso comercial en la empresa
5.Posicionamiento e imagen de marca del producto, servicio y los establecimientos comerciales
6.Normativa general sobre comercio
7.Derechos del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE LA VENTA PROFESIONAL

1.El vendedor profesional
2.Organización del trabajo del vendedor profesional
3.Manejo de las herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DOCUMENTACIÓN PROPIA DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

1.Documentos comerciales
2.Documentos propios de la compraventa
3.Normativa y usos habituales en la elaboración de la documentación comercial
4.Elaboración de la documentación
5.Aplicaciones informáticas para la elaboración y organización de la documentación comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CÁLCULO Y APLICACIONES PROPIAS DE LA VENTA

1.Operativa básica de cálculo aplicado a la venta
2.Cálculo de PVP (Precio de venta al público)
3.Estimación de costes de la actividad comercial
4.Fiscalidad
5.Cálculo de descuentos y recargos comerciales
6.Cálculo de rentabilidad y margen comercial
7.Cálculo de comisiones comerciales
8.Cálculo de cuotas y pagos aplazados: intereses
9.Aplicaciones de control y seguimiento de pedidos, facturación y cuentas de clientes

PARTE 4. VENTA ONLINE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTERNET COMO CANAL DE VENTA

1.Las relaciones comerciales a través de Internet.
2.Utilidades de los sistemas «on line».
3.Modelos de comercio a través de Internet.
4.Servidores «on line».

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO COMERCIAL DE PÁGINAS WEB

1.El internauta como cliente potencial y real.
2.Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas web.
3.Tiendas virtuales.
4.Medios de pago en Internet.
5.Conflictos y reclamaciones de clientes.
6.Aplicaciones a nivel usuario para el diseño de páginas web comerciales: gestión de contenidos.