

OBJETIVOS DEL CURSO

- Facilitar los conocimientos básicos del marketing.
- Adentrarse en la investigación de mercados.
- Decidir sobre el diseño del producto en función de las necesidades del mercado y la fijación de precios.
- Conocer los elementos y variables de las transacciones comerciales.

TEMARIO DEL CURSO

TEORIA

1. Introducción
2. El Comercio electrónico
3. Teoría del Marketing
4. El Marketing estratégico
5. Los sistemas publicitarios
6. Las 22 leyes del Marketing

UTILIDADES I

Microsoft Office Powerpoint

- 1.- Entorno
- 2.- Iniciar trabajo con Powerpoint
- 3.- Insertar elementos
- 4.- Diseño de la presentación
- 5.- Animación
- 6.- Dar formato a la presentación
- 7.- Presentación con diapositivas
- 8.- Finalizar y publicar presentación

UTILIDADES II

Microsoft Office Word

- 1.- Combinar correspondencia I
- 2.- Combinar correspondencia II
- 3.- Organigramas y diagramas

Microsoft Office Excel

- 1.- Análisis de datos
- 2.- Objetivos y escenarios
- 3.- Solver I
- 4.- Solver II

CURSO DE MARKETING Y VENTAS

1. Introducción
2. Respetar las etapas de venta
3. Consultar es prepararse para ganar
4. Establecer la toma de contacto
5. Dirigir y orientar la entrevista de ventas
6. Argumentar con eficacia
7. Presentar y defender el precio
8. Tratamiento de objeciones
9. Concluir
10. Fidelizar al cliente
11. Plan de acción individual

CURSO DE COMUNICACIÓN COMERCIAL

1. Evolución lógica
2. El vendedor profesional
3. El cliente