



**EDUCA
BUSINESS
SCHOOL**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA



Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL



Curso de Plan de Marketing (Titulación Universitaria + 6 ECTS)



**EDUCA
BUSINESS
SCHOOL**



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



Educa Business Formación Online



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

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, **los 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).

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.

Curso de Plan de Marketing (Titulación Universitaria + 6 ECTS)



DURACIÓN:

150 horas



MODALIDAD:

Online



PRECIO:

99 €

Incluye materiales didácticos,
titulación y gastos de envío.



CRÉDITOS:

6,00 ECTS

CENTRO DE FORMACIÓN:

Educa Business School



Titulación

Titulación Universitaria en Plan de marketing con 6 Créditos Universitarios ECTS. Formación Continua baremable en bolsas de trabajo y concursos oposición de la Administración Pública.

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



Descripción

Ese Curso Homologado de Plan de marketing le ofrece una formación especializada en la materia. El plan de marketing tiene como finalidad determinar y especificar cómo alcanzará la empresa sus objetivos, facilitando, dirigiendo y coordinando los esfuerzos del departamento de marketing y otros estrechamente vinculados. A través de este curso el alumnado aprenderá todo lo que se debe conocer para diseñar e implantar un plan de marketing en la empresa.

Objetivos

- Adquirir conocimientos sobre el plan de marketing y sus aspectos más característicos.
- Conocer cuáles son las facilidades que presenta el plan y las oportunidades que aporta a las organizaciones.
- Conocer los aspectos más relevantes del plan de marketing y el modo más adecuado de realizar su presentación.

A quién va dirigido

Ese CURSO ONLINE HOMOLOGADO de Plan de marketing está dirigido a todas aquellas personas interesada en el ámbito de Marketing y Comunicación y quieran especializarse en Plan de marketing adquiriendo una TITULACIÓN UNIVERSITARIA HOMOLOGADA.

Para qué te prepara

Ese CURSO ONLINE HOMOLOGADO de Plan de marketing le prepara para adquirir unos conocimientos específicos dentro del área desarrollando en el alumno unas capacidades para desenvolverse profesionalmente en el sector, y más concretamente en Plan de marketing siendo un CURSO UNIVERSITARIO por lo que está HOMOLOGADO para OPOSICIONES.

Salidas Laborales

Marketing y Comunicación

Materiales Didácticos



- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Investigación y Estrategia Comercial'
- Manual teórico 'Plan de Marketing y Ventas'
- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Plan de Marketing y Ventas'
- Subcarpeta portafolios
- Dossier completo Oferta Formativa
- Carta de presentación
- Guía del alumno
- Bolígrafo

Formas de Pago

- Contrareembolso

- 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

MÓDULO 1. INVESTIGACIÓN Y ESTRATEGIA COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INDICADORES MICROECONÓMICOS Y MACROECONÓMICOS PARA LA VENTA

1. Ley de la oferta y demanda
2. El precio y la elasticidad de la demanda
3. Indicadores económicos
4. Economía monetaria: Dinero e inflación
5. Crecimiento económico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

1. Concepto y tipología del entorno
2. Análisis del entorno general (PEST/EL)
3. Análisis del entorno específico
4. Análisis de PORTER
5. Amenaza de entrada de nuevos competidores
6. Amenaza de productos sustitutos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA

1. El perfil estratégico de la empresa
2. Análisis DAFO
3. Las matrices de cartera de productos como modelos de análisis estratégico
4. Matriz del BCG o de crecimiento-cuota de mercado
5. Matriz General-Electric McKinsey o de posición competitiva-atractivo del sector
6. Matriz ADL o de posición competitiva-madurez del sector

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DESARROLLO Y EVOLUCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE VENTAS

1. Los distintos enfoques de ventas
2. Venta tradicional

- 3.Venta consultora
- 4.Venta estratégica
- 5.Venta asociativa

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL MERCADO RELEVANTE

- 1.El entorno de las organizaciones
- 2.El mercado: concepto y delimitación
- 3.El mercado de bienes de consumo
- 4.El mercado industrial
- 5.El mercado de servicios

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

- 1.Importancia de la segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
- 2.Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales. Requisitos para una segmentación eficaz
- 3.Las estrategias de cobertura del mercado
- 4.Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LAS DECISIONES SOBRE PRODUCTOS

- 1.El concepto de producto, los atributos formales del producto: la marca, el envase y la etiqueta
- 2.Las estrategias de diferenciación y de posicionamiento del producto
- 3.El proceso de diseño y desarrollo de nuevos productos
- 4.El ciclo de vida del producto
- 5.Los modelos de análisis de la cartera de productos
- 6.Estrategias de crecimiento que pueden seguir las empresas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LAS DECISIONES SOBRE DISTRIBUCIÓN

- 1.El canal de distribución: concepto, utilidades e importancia
- 2.Los componentes del canal de distribución Funciones
- 3.El diseño del canal de distribución: factores condicionantes, longitud e intensidad
- 4.Una clasificación de las formas comerciales
- 5.El merchandising

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LAS DECISIONES SOBRE PRECIOS

- 1.Introducción
- 2.El precio como instrumento de las decisiones comerciales: concepto e importancia
- 3.Los factores condicionantes en la decisión de fijación de precios
- 4.Los procedimientos de fijación de precios: métodos basados en costes, en la competencia y en la demanda
- 5.Estrategias de fijación de precios

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LAS DECISIONES SOBRE COMUNICACIÓN

- 1.La comunicación comercial: concepto e importancia
- 2.Los factores condicionantes de la estrategia y del mix de comunicación comercial
- 3.El mix de comunicación comercial: la venta personal, la publicidad, las relaciones públicas, la promoción de ventas y el marketing directo

4.La comunicación global de la empresa: imagen corporativa

MÓDULO 2. PLAN DE MARKETING Y VENTAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TIPOLOGÍAS DE VENTAS

- 1.Venta directa
- 2.Venta a distancia
- 3.Venta multinivel
- 4.Venta personal
- 5.Otros tipos de venta

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PLATAFORMA COMERCIAL. RELACIONES PROVEEDORES-CLIENTES

- 1.Contextualización de las relaciones fabricantes-distribuidores
- 2.Técnicas de negociación con proveedores
- 3.Red de proveedores y clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLAN DE VENTAS. PREVISIÓN DE CUOTAS Y VENTAS

- 1.Métodos de previsión y utilidad
- 2.Análisis geográfico de las zonas de ventas
- 3.Fijación de objetivos
- 4.Diferencias entre objetivos y previsiones
- 5.Cuotas de actividad
- 6.Cuotas de participación
- 7.Cuotas económicas y financieras
- 8.Estacionalidad
- 9.El plan de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICA DE FIJACIÓN DE PRECIOS

- 1.Análisis de la sensibilidad del precio
- 2.Discriminación de precios
- 3.Estrategias de precio
- 4.Políticas de descuento

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

- 1.Objetivos y factores de los programas de fidelización
- 2.Conceptos de fidelización
- 3.Programas multisectoriales
- 4.Captación y fidelización de clienteS
- 5.Estructura de un plan de fidelización

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EXPERIENCE CUSTOMER

- 1.Cómo monitorizar la experiencia del cliente
- 2.Métricas de satisfacción y experiencia del cliente
- 3.Generando valor añadido a cada cliente
- 4.Neuromarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 7. KEY ACCOUNT MANAGER

- 1.El rol del KAM
- 2.Tipos de estrategias segmentadas por cliente
- 3.Creación de relaciones duraderas (fidelización)
- 4.Negoción de grandes cuentas y clientes potenciales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL PUNTO DE VENTA

- 1.Merchandising
- 2.Condiciones ambientales
- 3.Captación de clientes
- 4.Diseño interior
- 5.Situación de las secciones
- 6.Zonas y puntos de venta fríos y calientes
- 7.Animación

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PLANIFICACIÓN PRESUPUESTARIA

- 1.Proceso de planificación de la empresa
- 2.Estructura del control
- 3.Organización del proceso presupuestario
- 4.Ejercicio resuelto. Dossier de seguimiento presupuestario

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CONTROL PRESUPUESTARIO

- 1.El control presupuestario: introducción
- 2.Seguimiento y control del presupuesto de explotación
- 3.Seguimiento y control de las inversiones y las fuentes de financiación
- 4.Seguimiento y control del presupuesto de tesorería
- 5.Ejercicio resuelto. Desviaciones en ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 11. CREACIÓN DE EQUIPOS COMERCIALES COMPETITIVOS

- 1.Técnicas básicas de selección de personal
- 2.La heterogeneidad del grupo
- 3.Diferentes tipos de equipo
- 4.Estrategias de cohesión y comunicación en el equipo
- 5.Determinación de roles dentro del equipo de ventas