

Curso de

Especialización

aula de
gestión empresarial



DIRECCIÓN COMERCIAL Y MARKETING



Instituto Superior de
Técnicas y Prácticas Bancarias

METODOLOGÍA de Estudio

- ▶ **EL OBJETIVO** del Curso de Especialización en Dirección Comercial y Marketing es proporcionar al alumno una formación completa y exhaustiva sobre las técnicas más actuales y novedosas para conocer mejor el mercado, incrementar sus ventas, etc. lo que le abrirá el acceso hacia posiciones competitivas y de liderazgo, puesto que hoy en día el Marketing se configura como un factor estratégico para el éxito empresarial, y este curso le preparará para gestionar de forma eficaz el departamento comercial de cualquier empresa.
- ▶ **ESTÁ DIRIGIDO** a aquellas personas cuya actividad profesional esté encaminada a las ventas y a la comunicación: comerciales, consultores, agentes, etc., a directores comerciales y de marketing que busquen reciclarse para rentabilizar al máximo su trabajo diario, y en general a todas aquellas personas que quieran encaminar su carrera profesional hacia el mundo del Marketing.
- ▶ **LA METODOLOGÍA** de estudio emplea métodos contrastados de enseñanza a distancia. Para llevar a cabo el estudio del Curso el alumno recibirá un Manual Práctico y una Guía de Estudio. La Guía de Estudio contiene los objetivos de la unidad y una serie de resúmenes para facilitar la comprensión de la materia, mientras que el Manual Práctico contiene el texto íntegro y detallado de cada unidad.

El sistema de evaluación se lleva a cabo a través de cuestionarios de autoevaluación y de test que se enviarán al centro por correspondencia o por correo electrónico. Una vez que el centro reciba las contestaciones, procederá a su corrección enviando al alumno el correspondiente informe de evaluación.
- ▶ **DURACIÓN:** El programa formativo de este Curso equivale a una docencia de 100 horas con una duración aproximada de tres meses. No obstante, teniendo en cuenta que se trata de un Curso a distancia, no existe fecha fija de inicio ni de finalización, será el alumno el que marque el ritmo de aprendizaje.



MATERIAL complementario

El alumno obtendrá un interesante material complementario que le facilitará el estudio del Curso:

- ▶ Curso Multimedia "Habilidades Directivas".
- ▶ Curso Multimedia "Cómo tomar decisiones rentables en Marketing".

TODOS LOS MEDIOS a su disposición

- ▶ Tutoría personalizada: su tutor personal realizará un seguimiento de su progresión y podrá contactar con él por teléfono o correo electrónico para resolver sus dudas.
- ▶ Los mejores materiales: los manuales de ISTPB están permanentemente actualizados y revisados.
- ▶ Posibilidad de combinar la formación a distancia con la formación presencial: Durante un año desde la inscripción podrá asistir mediante una importante bonificación a los seminarios (de media jornada o jornada completa) que organice ISTPB a lo largo del año. La asistencia a estas jornadas le permitirá mantenerse al día en los temas de máxima actualidad del mercado.

UN DIPLOMA DE PRESTIGIO a su alcance

Instituto Superior de Técnicas y Prácticas Bancarias es una entidad miembro de A.N.C.E.D (Asociación Nacional de Centros de Enseñanza a Distancia), y está reconocido por sus programas de formación para directivos. Además es uno de los pocos centros que ha obtenido la calificación de Excelente en la auditoría de calidad y medios realizada por PriceWaterhouseCoopers para la Asociación.



TEMARIO

Dirección Comercial y Marketing

1. INTRODUCCIÓN Y CONCEPTOS BÁSICOS
 - ¿Qué es el Marketing?
 - El Mercado
 - La Globalización
 - Una Forma de Concebir el Marketing: Filosofía y Técnica
 - Evolución del Marketing a lo largo del Siglo XX
 - La Técnica del Marketing
 - Marketing
 - Marketing Aplicado
 - Marketing y Economía
 - Marketing y Empresa
 - Conceptos Básicos en Marketing
 - Controlando el Marketing
 - El Servicio
2. LA DIRECCIÓN COMERCIAL: FUNCIONES Y ENTORNO
 - La Dirección Comercial
 - La Dirección Comercial y la Dirección de Marketing
 - El Mercado
3. INVESTIGACIÓN COMERCIAL
 - Introducción
 - Concepto
 - Fuentes de Información
 - Clases de Investigación
 - El Cuestionario
 - Técnicas de Investigación
 - Análisis y Tratamiento de la Información
4. LA DEMANDA
 - Conceptos básicos de la demanda
 - La demanda y el mercado para la empresa
 - Conocer la demanda para tomar decisiones en la empresa
 - Dimensiones de la demanda
 - Análisis de la demanda global y de marca
 - Elasticidad de la demanda
 - Previsión de la demanda
 - Métodos de juicio de expertos
 - Métodos causales
5. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
 - El Marketing y los Consumidores
 - Factores de Influencia en el Consumidor
 - Comportamiento del Consumidor
 - Comportamiento de las Organizaciones
 - Modelos de Comportamiento del Consumidor
 - El Consumerismo
6. POLÍTICA DEL PRODUCTO
 - El producto como variable de la acción de marketing
 - El producto y la oferta financiera
7. VARIABLES DEL MARKETING : PRECIO
 - Conceptos fundamentales previos
 - Conceptos básicos de la demanda
 - Conceptos básicos de la oferta
 - Fijación de los precios en función de la demanda
 - Otros métodos de fijación de precios basados en la demanda
 - Reflexiones sobre la demanda como mecanismo para fijar los precios
 - Fijación del precio en función del coste
 - La competencia: un factor decisivo en la fijación del precio
 - Precios y estrategias de empresa
 - El Euro y su Impacto en la Empresa
 - El precio en el comercio electrónico
8. VARIABLES DEL MARKETING: DISTRIBUCIÓN
 - La Distribución Física
 - El Canal de Distribución
9. PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN
 - Introducción a la Comunicación
 - Formas de Comunicación (I): La Publicidad
 - Formas de Comunicación (II): La Venta Personal
 - Formas de Comunicación (III): La Promoción de Ventas, El Marketing Directo y las Relaciones Públicas
10. PLANIFICACIÓN COMERCIAL: ORGANIZACIÓN Y CONTROL. EL PLAN DE MARKETING
 - El Plan de Marketing
 - Proceso
 - Resultado
11. VARIABLES DE MARKETING: SERVICIO
 - Conceptos fundamentales
 - Objetivos del Servicio
 - Fases del Servicio
 - El Servicio Preventa
 - El Servicio en la Venta
 - Servicio postventa
 - Dirección de garantías de producto. Garantías promocionales; de protección; de sustitución o reembolso y de queja
12. ECONOMÍA DIGITAL Y RELACIÓN DE INTERCAMBIO
 - El entorno digital
 - Marketing e Internet
 - La Red y los estudios de mercado
 - Las informaciones de la Red
 - La comunicación empresarial
 - Publicidad e Internet
 - La Inversión Online
13. COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LAS ORGANIZACIONES Y LA ORGANIZACIÓN DE LAS VENTAS
 - Situaciones de compra
 - Participantes en el proceso de compra industrial
 - Factores de influencia en el comprador industrial
 - El proceso de compra
 - La venta
 - La fuerza de ventas
 - Objetivos de la fuerza de ventas
 - Selección y formación del personal de ventas
 - Remuneración de vendedores
14. APÉNDICE NORMATIVO: LEGISLACIÓN APLICABLE
15. GLOSARIO DE TÉRMINOS



Otros programas de Formación a Distancia de ISTPB:

Programas Master:

- Master en Banca y Finanzas.
- Master en Banca Comercial.
- Master en Dirección de Finanzas.
- Master en Dirección de Empresas.
- Master en Finanzas Avanzadas.
- Master en Gestión de Pymes.

Aula de Gestión Empresarial:

- Especialización en Gestión y Dirección de RR.HH.
- Especialización en Técnicas para mejorar la Gestión Empresarial.
- Curso Avanzado de Habilidades Directivas.

Aula de Finanzas:

- Postgrado en Credit Management.
- Postgrado en Finanzas para Pymes.
- Postgrado en Bolsa y Mercados Financieros.
- Asesor Financiero.
- Especialización en Dirección de Finanzas.
- Especialización en Bolsa y Mercados Financieros.
- Especialización en Productos y Servicios Bancarios.
- Especialización en Financiación del Comercio Exterior.
- Especialización en Medios de Pago.
- Especialista en Gestión de Tesorería.
- Especialista en Análisis Técnico de los Mercados Financieros.



Instituto Superior de
Técnicas y Prácticas Bancarias

**Solicite más información sin compromiso
y consulte nuestros descuentos especiales para grupos:**

902 545 046

www.istpb.com

info@istpb.com