



FORMACIÓN ONLINE

Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL



Maestría Internacional MBA en Administración y Dirección de Empresas Experto en Marketing y Dirección Comercial

educa.net



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.

Maestría Internacional MBA en Administración y Dirección de Empresas Experto en Marketing y Dirección Comercial

**DURACIÓN:**

600 horas

**MODALIDAD:**

Online

**PRECIO:**

744 \$

Incluye materiales didácticos,
titulación y gastos de envío.**CENTRO DE FORMACIÓN:**

Educa Business School



Titulación

Titulación de Maestría Internacional MBA en Administración y Dirección de Empresas Experto en Marketing y Dirección Comercial con 600 horas 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





Descripción

Esta Maestría en Dirección Comercial y Marketing le ofrece una formación especializada en la materia. La difusión de tecnologías ligadas a Internet junto a la nueva economía digital, ofrece las pequeñas y medianas empresas un importante número de oportunidades para hacerse más eficiente en términos de comunicación, visibilidad, así como en la ampliación hacia nuevos mercados. Con la realización de Esta Maestría en Dirección Comercial y Marketing, el alumnado estará preparado para dirigir departamentos comerciales, departamentos de ventas, departamentos de marketing, políticas de venta y para la implantación de estrategias de marketing, en el ámbito profesional.

Objetivos

- Adquirir las competencias profesionales para dirigir la política de ventas de cualquier organización empresarial utilizando diferentes técnicas. - Implantar una estrategia de marketing en todas sus fases. - Asumir funciones de técnico en comunicación interna y comunicación externa, diseño de campañas publicitarias, marketing estratégico, fidelización de clientes, atención al cliente,.... - Proporcionar los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para desarrollarse profesionalmente en el mundo del marketing y las ventas.

A quién va dirigido

Esta Maestría en Dirección Comercial y Marketing está dirigida a profesionales del área de marketing y de las ventas que busquen ampliar sus habilidades y conocimientos. Gerentes, directores de equipos comerciales, departamentos de comunicación, publicistas,.... En general, a cualquier profesional interesado en formarse en la profesión con más demanda en el mundo empresarial: la dirección comercial y gestión de planes de marketing, así como responsables de pequeñas y medianas empresas (PYMES) que busquen potenciar sus estrategias de venta, distribución, publicidad,.... También a las personas que quieran encaminarse profesionalmente hacia el mundo del marketing.

Para qué te prepara

Esta Maestría en Dirección Comercial y Marketing aportará al alumnado los conocimientos necesarios para dirigir el departamento de marketing y ventas de cualquier organización empresarial, desempeñando tareas como la dirección de equipos comerciales, la introducción de sus productos en nuevos mercados, la gestión de proyectos de comercio electrónico y comercio internacional, elaboración de planes de marketing, diseño de campañas publicitarias, etc.

Salidas Laborales

Marketing, Merchandising, Publicidad, Ventas, Profesionales del mundo del comercio, Distribuidores, Dependientes, Departamentos de Comunicación, Responsables de empresas.

Formas de Pago

- Transferencia.
- Tarjeta de crédito.
- 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.

30% Beca Desempleo: Para quienes atraviesen un periodo de inactividad laboral y decidan que es el momento para invertir en la mejora de sus posibilidades futuras.

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



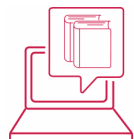
Más de 150 cursos Universitarios

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. LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EMPRESA, ORGANIZACIÓN Y LIDERAZGO

- 1.Las PYMES como organizaciones
- 2.Liderazgo
- 3.Un nuevo talante en la Dirección

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PLAN DE EMPRESA I. LA ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO

- 1.Introducción
- 2.Utilidad del Plan de Empresa
- 3.La introducción del Plan de Empresa
- 4.Descripción del negocio. Productos o servicios
- 5.Estudio de mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PLAN DE EMPRESA II. PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL EN LA ÁREAS DE GESTIÓN COMERCIAL, MARKETING Y PRODUCCIÓN

- 1.Plan de Marketing
- 2.Plan de Producción

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PLAN DE EMPRESA III. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURA, RR.HH RECURSOS FINANCIEROS

- 1.Infraestructura
- 2.Recursos Humanos
- 3.Plan Financiero
- 4.Valoración del Riesgo. Valoración del proyecto
- 5.Estructura legal. Forma jurídica

PARTE 2. GESTIÓN LABORAL Y RECURSOS HUMANOS

MÓDULO 1. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE PLANTILLAS

- 1.Introducción
- 2.Concepto de planificación de Recursos Humanos
- 3.Importancia de la planificación de los Recursos Humanos: ventajas y desventajas
- 4.Objetivos de la planificación de Recursos Humanos
- 5.Requisitos previos a la planificación de Recursos Humanos
- 6.El caso especial de las Pymes
- 7.Modelos de planificación de los Recursos Humanos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN DE RR EN LA ORGANIZACIÓN. GESTIÓN POR COMPETENCIAS

- 1.Formación en la empresa. Desarrollo del talento
- 2.Marketing de la formación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

- 1.Introducción
- 2.Comunicación interna
- 3.Herramientas de comunicación
- 4.Plan de comunicación interna
- 5.La comunicación externa
- 6.Cultura empresarial o corporativa
- 7.Clima laboral
- 8.Motivación y satisfacción en el trabajo

MÓDULO 2. GESTIÓN LABORAL

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTRATOS I. LA RELACIÓN LABORAL

- 1.El contrato de trabajo
- 2.Las empresas de trabajo temporal (ETT)
- 3.Tiempo de trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTRATOS II. MODALIDADES DE CONTRATACIÓN

- 1.Tipologías y modalidades de contratos de trabajo
- 2.Contratos indefinidos
- 3.Contratos temporales
- 4.Contratos para personas con discapacidad
- 5.Transformación en indefinidos de los contratos en prácticas, de relevo y de sustitución por anticipación de la edad de jubilación
- 6.Otros tipos de contratos

7. Modificaciones sustanciales del contrato de trabajo
8. Ineficacia, suspensión y extinción del contrato de trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA SEGURIDAD SOCIAL

1. Introducción. El Sistema de la Seguridad Social
2. Campo de aplicación del sistema de Seguridad Social
3. Regímenes de la Seguridad Social
4. Sistemas especiales de la Seguridad Social
5. Altas y bajas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE NÓMINAS

1. El Salario
2. Cotización a la Seguridad Social
3. Retención por IRPF

PARTE 3. GESTIÓN CONTABLE Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

MÓDULO 1. GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD

1. Introducción a la contabilidad
2. La dualidad de la contabilidad
3. Valoración contable
4. Anotación contable
5. Los estados contables
6. El patrimonio de la empresa
7. Normativa: Plan General Contable

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL EJERCICIO CONTABLE

1. Planteamiento caso práctico
2. Balance de situación inicial
3. Registro de las operaciones del ejercicio
4. Ajustes previos a la determinación del beneficio generado en el ejercicio
5. Balance de sumas y saldos
6. Cálculo del resultado: beneficio o pérdida
7. Asiento de cierre de la contabilidad
8. Cuentas anuales
9. Distribución del resultado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARCO CONCEPTUAL Y PRINCIPIOS

1. Principios de la contabilidad
2. Valoración de la contabilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTABILIZACIÓN DE GASTOS E INGRESOS

1. Diferenciación de pagos y cobros
2. Diferenciación de gastos e ingresos
3. Cuentas del grupo 6 y 7
4. Cálculo del resultado contable
5. Contabilización de los gastos
6. Contabilización de los ingresos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTABILIZACIÓN DEL INMOVILIZADO

1. Definición del inmovilizado
2. Integrantes del inmovilizado material
3. Integrantes del inmovilizado intangible
4. Contabilización del inmovilizado
5. Amortización y deterioro

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONTABILIZACIÓN DE OPERACIONES DE TRÁFICO

1. Definición de operaciones de tráfico y clasificación
2. Contabilizar operaciones con clientes y deudores
3. Contabilizar operaciones con proveedores y acreedores
4. Débitos por operaciones no comerciales

MÓDULO 2. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES**UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONCEPTOS BÁSICOS DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES**

1. Introducción
2. El trabajo
3. La salud
4. Efectos en la productividad de las condiciones de trabajo y salud
5. La calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LOS RIESGOS PROFESIONALES

1. Introducción
2. Riesgos ligados a las condiciones de seguridad
3. Riesgos higiénicos
4. Riesgos ergonómicos
5. Absentismo, rotación y riesgos psicosociales asociados al sector
6. El acoso psicológico en el trabajo
7. El estrés laboral

PARTE 4. ADMINISTRACIÓN FISCAL**UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL DERECHO TRIBUTARIO**

1. El Tributo
2. Hecho imponible

- 3. Sujeto pasivo
- 4. Determinación de la deuda tributaria
- 5. Contenido de la deuda tributaria
- 6. Extinción de la deuda tributaria

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS I

- 1. Introducción
- 2. Elementos del impuesto
- 3. Rendimientos del trabajo
- 4. Rendimientos de actividades económicas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS II

- 1. Rendimientos de capital inmobiliario
- 2. Rendimientos de capital mobiliario
- 3. Ganancias y pérdidas patrimoniales
- 4. Regímenes especiales: imputación y atribución de rentas
- 5. Liquidación del impuesto
- 6. Gestión del Impuesto

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO

- 1. Naturaleza del impuesto
- 2. Hecho imponible
- 3. Operaciones no sujetas y operaciones exentas
- 4. Lugar de realización del hecho imponible
- 5. Devengo del impuesto
- 6. Sujetos pasivos
- 7. Repercusión del impuesto (Art. 88 LIVA)
- 8. Base imponible
- 9. Tipos de Gravamen
- 10. Deducción del impuesto
- 11. Gestión del Impuesto
- 12. Regímenes especiales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES

- 1. Naturaleza y ámbito de aplicación
- 2. Hecho imponible
- 3. Sujeto Pasivo
- 4. Base imponible
- 5. Periodo impositivo y devengo del impuesto
- 6. Tipo impositivo
- 7. Bonificaciones y Deducciones
- 8. Regímenes especiales. Empresas de reducida dimensión
- 9. Régimen especial de las fusiones y escisiones

- 10. Régimen fiscal de determinados contratos de arrendamiento financiero
- 11. Otros regímenes especiales
- 12. Gestión del impuesto

PARTE 5. MARKETING Y JEFE DE VENTAS

MÓDULO 1. TÉCNICAS 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. 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. PROCESOS DE VENTA

- 1. Tipos de venta.
- 2. Fases del proceso de venta.
- 3. Preparación de la venta.
- 4. Aproximación al cliente.
- 5. Análisis del producto/servicio.
- 6. El argumentario de ventas.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA

- 1. Presentación y demostración del producto/servicio.
- 2. Demostraciones ante un gran número de clientes.
- 3. Argumentación comercial.
- 4. Técnicas para la refutación de objeciones.
- 5. Técnicas de persuasión a la compra.

- 6. Ventas cruzadas.
- 7. Técnicas de comunicación aplicadas a la venta.
- 8. Técnicas de comunicación no presenciales.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

- 1. La confianza y las relaciones comerciales.
- 2. Estrategias de fidelización.
- 3. Externalización de las relaciones con clientes: telemarketing.
- 4. Aplicaciones de gestión de relaciones con el cliente (CRM).

UNIDAD DIDÁCTICA 7. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y RECLAMACIONES PROPIOS DE VENTA

- 1. Conflictos y reclamaciones en la venta.
- 2. Gestión de quejas y reclamaciones.
- 3. Resolución de reclamaciones.
- 4. Respuestas y usos habituales en el sector comercial.
- 5. Resolución extrajudicial de reclamaciones: Ventajas y procedimiento.
- 6. Juntas arbitrales de consumo.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. 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 9. 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.

MÓDULO 2. MARKETING**UNIDAD DIDÁCTICA 10. EJECUCIÓN E IMPLANTACIÓN DEL PLAN DE MARKETING.**

- 1. Fases del plan de marketing:
 - 1.- Diseño.
 - 2.- Implementación.
 - 3.- Control.
 - 4.- Mejora Continua.
- 2. Negociación del plan de marketing en la empresa.
 - 1.- Formulación de la estrategia de marketing.
 - 2.- Definición de objetivos.
 - 3.- Modelos de organización empresarial e implantación del plan.

3. Recursos económicos para el plan de marketing.

- 1.- El presupuesto del plan de marketing.
- 2.- Cálculo de desviaciones de gastos.

UNIDAD DIDÁCTICA 11. SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING.

1. Técnicas de seguimiento y control de las políticas de marketing.

- 1.- Control del plan anual.
- 2.- Control de rentabilidad.
- 3.- Control de eficiencia.
- 4.- Control estratégico.

2. Ratios de control del plan de marketing.

- 1.- Beneficios.
- 2.- Rentabilidad y participación en el mercado.

3. Análisis de retorno del plan de marketing.

- 1.- Criterios a considerar.

4. Elaboración de informes de seguimiento.

UNIDAD DIDÁCTICA 12. MARKETING EN EL PUNTO DE VENTA.

1. Concepto de marketing en el punto de venta:

- 1.- Determinación de los objetivos de venta en el punto de venta.
- 2.- Lanzamiento de nuevos productos y otras promociones.

2. Métodos físicos y psicológicos para incentivar la venta:

- 1.- Análisis del consumidor en el punto de venta.

3. Análisis del punto de venta:

- 1.- Superficie de venta: espacio y lineales.
- 2.- Ubicación del producto: optimización del lineal y superficie de venta.

4. Gestión del surtido:

- 1.- Conceptos de surtido.
- 2.- Amplitud y profundidad del surtido.
- 3.- Planogramas.

5. Animación del punto de venta:

- 1.- Publicidad en el punto de venta (PLV): carteles.
- 2.- El escaparate.

UNIDAD DIDÁCTICA 13. MARKETING PROMOCIONAL.

1. Concepto y fines de la promoción:

- 1.- Instrumentos de la promoción.
- 2.- Objetivos de las acciones promocionales.
- 3.- Tipos de promociones.

2. Formas de promoción dirigidas al consumidor: 2x1, 3x2, otras.

3. Formas de promoción a distribuidores, intermediarios y establecimiento:

- 1.- Clases de incentivos y promociones a los distribuidores y consumidores.

- 4. Promociones especiales.
- 5. Tipos de acciones de marketing y promoción según el punto de venta.
- 6. Acciones de marketing directo:
 - 1.- Posibilidades y características.
 - 2.- Evaluación y criterios de clasificación de clientes potenciales.
 - 3.- Legislación sobre protección de datos.
- 7. Acciones de promoción «on line»:
 - 1.- Internet como canal de información y comunicación de la empresa.
 - 2.- Herramientas de promoción «on line», sitios y estilos web para la promoción de espacios virtuales.

UNIDAD DIDÁCTICA 14. CONTROL Y EVALUACIÓN DE ACCIONES PROMOCIONALES.

- 1. Eficacia y eficiencia de la acción promocional:
 - 1.- Concepto de eficacia y eficiencia.
 - 2.- Indicadores para la evaluación de la eficacia y eficiencia de las acciones de marketing y promociones.
- 2. Índices y ratios económico-financieros de evaluación de promociones:
 - 1.- margen bruto.
 - 2.- tasa de marca.
 - 3.- stock medio.
 - 4.- rotación de stock.
 - 5.- rentabilidad bruta.
- 3. Aplicaciones para el cálculo y análisis de las desviaciones en las acciones promocionales.
- 4. Aplicaciones de gestión de proyectos y tareas y hojas de cálculo.
 - 1.- Cronograma de la promoción e implantación de productos.
- 5. Informes de seguimiento de promociones comerciales:
 - 1.- Resultados.
 - 2.- Medidas correctoras de las desviaciones.