

Catàleg d'especialitats

FAMÍLIA PROFESSIONAL

Comerç i màrqueting

ÀREA PROFESSIONAL

Màrqueting i relacions públiques

GRUPAF	HORES	CODI FAMÍLIA	CODI ÀREA	IDENTIFICADOR
COMM110	25	COM	COMM	FC01_COMM110_2016

NOM DE L'ACCIÓ

Màrqueting

OBJECTIUS

Objectius generals:- Capacitar a l'alumnat per dissenyar i implementar un pla de màrqueting directe.- Dotar a l'alumnat dels coneixements estratègics de màrqueting directe més efectius i rendibles per implantar-los en la seva empresa.Objectius específics:- Dissenyar i gestionar bases de dades per a la fidelització de clients en l'activitat comercial.- Adquirir els coneixements necessaris per a comprendre i aplicar els determinants del màrqueting.- Adquirir una visió àmplia de les diverses funcions que es desenvolupen en l'empresa i del lloc que el màrqueting ocupa en aquestes funcions.- Conèixer les tècniques d'implantació dels mètodes operatius i els mitjans de control.- Conèixer els instruments del màrqueting i la seva influència en la venda .- Conèixer els principis , fonaments i conceptes del màrqueting.

CONTINGUTS

1. El màrqueting directe com a part del pla de màrqueting.2. El pla de màrqueting directe2.1. Anàlisi de la situació2.2. Determinació d'objectius2.3. Selecció i elaboració d'estratègies2.4. Pressupost2.5. Seguiment3. Estratègies d'interacció amb els clients.3.1. Estructura d'un pla de màrqueting relacional3.2. Fases del procés de màrqueting relacional3.3. La base de dades como eina útil3.4. Segmentació i explotació de la base de dades .4. Estratègies de fidelització i venda. 4.1. Elements clau d'un pla de fidelització.4.2. Estratègies de retenció. Vincles.