

Catálogo de especialidades

FAMILIA PROFESIONAL

Comercio y marketing

ÁREA PROFESIONAL

Marketing i relaciones públicas

GRUPAF	HORAS	CÓDIGO FAMILIA	CÓDIGO ÁREA	IDENTIFICADOR
COMM110	25	COM	COMM	FC01_COMM110_2016

NOMBRE DE LA ACCIÓN

MARKETING

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES:

- Capacitar al alumnado para diseñar e implementar un plan de marketing directo.
- Dotar al alumnado de los conocimientos estratégicos de marketing directo más efectivos y rentables para implantarlos en su empresa.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Diseñar y gestionar bases de datos para la fidelización de clientes en la actividad comercial.
- Adquirir los conocimientos necesarios para comprender y aplicar los determinantes del marketing.
- Adquirir una visión amplia de las varias funciones que se desarrollan en la empresa y del lugar que el marketing ocupa en estas funciones.
- Conocer las técnicas de implantación de los métodos operativos y los medios de control. - Conocer los instrumentos del marketing y su influencia en la venta.
- Conocer los principios, cimientos y conceptos del marketing.

CONTENIDOS

1. El marketing directo como parte del plan de marketing.
2. El plan de marketing directo
 - 2.1. Análisis de la situación
 - 2.2. Determinación de objetivos
 - 2.3. Selección y elaboración de estrategias
 - 2.4. Presupuesto
 - 2.5. Seguimiento
3. Estrategias de interacción con los clientes.
 - 3.1. Estructura de un plan de marketing relacional
 - 3.2. Fases del proceso de marketing relacional
 - 3.3. La base de datos como herramienta útil
 - 3.4. Segmentación y explotación de la base de datos
4. Estrategias de fidelización y venta
 - 4.1. Elementos clave de un plan de fidelización.
 - 4.2. Estrategias de retención. Vínculos.