



Dirección comercial y marketing. Selección y formación de equipos

Metodología

- A través de un enlace a la plataforma se introduce un usuario y un password para poder acceder al curso de referencia.
- El alumno deberá superar las distintas unidades o capítulos de los que se componen los módulos, realizando los test, casos prácticos o ejercicios que se le vayan presentando.
- Cada curso tiene un tutor / a asignado, el cual podrá enviar a los alumnos aquellos ejercicios adicionales y pruebas de aptitud que considere necesarias.
- A los alumnos que resulten APTOS se les enviará un CERTIFICADO.

Objetivos

□ Objetivos Generales

- Adquirir los conocimientos necesarios para realizar la selección de un equipo de trabajo comercial y planificar su formación, así como manejar las diferentes estrategias de dirección comercial y gestión del equipo. También participar en la elaboración y

desarrollo de un plan de comunicación y marketing 2.0.

Duración

75 horas

Convocatorias

Las convocatorias están abiertas todo el año, puedes comenzar el curso el día que mejor te venga.

Programa

Unidad 1: El equipo comercial dentro de la empresa.

- Organigrama de la empresa.
- Gestión del equipo comercial o fuerza de ventas.
- Descripción de los puestos de trabajo.
- Profesiograma de los puestos de trabajo.
- Planes de carrera.

Unidad 2: Selección del equipo comercial.

- Clasificación de las candidaturas.
- Selección de curriculums.
- Estrategias y tipos de entrevista.
- Comprobación de referencias.
- Análisis de los candidatos.

Unidad 3: Formación del equipo comercial.

- Plan de formación del departamento comercial.
- Formación en captación.
- Formación en fidelización.
- Formación en recursos para el trato con clientes.

Unidad 4: El equipo comercial.

- Estructura organizativa.
- Descripción de puestos del departamento comercial.
- Comunicación en el equipo comercial.
- Ética profesional.

Unidad 5: Dirección y gestión del equipo comercial.

- Dirección de equipos.
- Habilidades directivas.
- Toma de decisiones.
- Motivación y remuneración del equipo comercial.
- Seguimiento y evaluación comercial.
- Planificación del equipo comercial.
- Aspectos económico-financieros de las condiciones comerciales.

Unidad 6: El plan de marketing.

- Investigación y mercado.
- Marketing mix.
- El plan de comunicación.
- Conclusiones.

Unidad 7: Estrategias de publicidad.

- El briefing.
- Estrategias de publicidad.
- Tipos de estrategias publicitarias.
- Conclusiones.

Unidad 8: Marketing 2.0.

- Web 2.0.
- Marketing en internet: Marketing 2.0.