



MARKETING Y GESTIÓN COMERCIAL (MKCO)



GUIA DEL CURSO

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente estamos asistiendo a unos años donde muchas empresas han caído por la crisis, pero sin embargo están llegando los tiempos en los que las propias personas comienzan a emprender sus propios proyectos.

¿Qué productos o servicios tengo o quiero vender? El proceso de venta comienza desde el punto de vista de la estrategia, aplicando técnicas de marketing y se culmina con las habilidades y procesos comerciales.

Este programa técnico nace para dar apoyo, formación y respuesta a tantas empresas y personas que tienen grandes productos y servicios pero no saben cómo llegar y contactar con su mercado potencial.

Así mismo, todos los profesionales que en mayor o menor medida necesiten un nuevo aprendizaje adaptado a los nuevos tiempos que les sirva para aportar más valor si cabe a sus empresas u organizaciones con estrategias sólidas y acciones efectivas.

2. OBJETIVOS

- Planificar desde el punto de vista del marketing para tomar decisiones respecto a periodos actuales y sucesivos.
- Conocer nuevas técnicas de promoción como el Marketing online adaptado a los tiempos actuales.
- Conocer herramientas de control y seguimiento para nuestras acciones de marketing y gestión comercial.
- Aprender técnicas, tácticas y acciones para no solo llegar de manera firme a nuestro público objetivo, sino también para generar confianza al mercado y adquieran nuestro producto o servicio.

3. CARACTERÍSTICAS

El curso está dirigido a titulados, profesionales y/o estudiantes interesados en desarrollarse en el área de marketing, publicidad y comercial en todas las empresas y organizaciones de diversa naturaleza.

A su vez, también está dirigido a todos los mandos intermedios de empresas grandes y medianas que quieren aprender y profundizar en nuevas técnicas y habilidades de comunicación, estrategia y ventas.

El curso tiene una duración de 50 horas lectivas y se desarrollará durante un periodo máximo de dos meses. A lo largo de estas semanas, se combinará el estudio de los contenidos de los 7 módulos complementándolo con el trabajo final de cada alumno/a.

4. METODOLOGÍA

El curso se desarrollará en la modalidad e-Learning (100% online) en nuestra plataforma virtual, de fácil manejo y muy intuitiva, la cual no requiere que los participantes cuenten con conocimientos técnicos previos.

A lo largo de cada uno de los temas se desarrollarán diferentes tipos de actividades: exposición de videos, análisis de documentación, lecturas, foros de debate, chats, cuestionarios, etc.

Los vídeos servirán para introducir el/los tema/s a tratar, la documentación será el cuerpo central y contendrá los contenidos teóricos del curso y las lecturas servirán de complemento a los contenidos teóricos.

Las evaluaciones permitirán constatar el seguimiento del curso y el trabajo final demostrará que el alumno/a ha obtenido el aprovechamiento adecuado.

5. CONTENIDOS

Los módulos se estructuran en los siguientes contenidos:

Familiarización con la plataforma

- 001 Introducción y necesidad de venta
- 002 Estudio de nuestro producto o servicio
- 003 Marketing online y "ecommerce"
- 004 El Plan de Marketing
- 005 Planificación y gestión de la cartera de Clientes
- 006 Herramientas de gestión y control
- 007 Elección y gestión del equipo comercial

Trabajo Fin de Curso

6. PLANIFICACIÓN

El diseño del curso, así como la metodología adoptada, permiten la adaptación a las necesidades del Alumno/a, con una ocupación estimada media de 5 horas a la semana.

En la siguiente Tabla, se sugiere una propuesta de planificación temporal.

Módulos	Fechas
Conocimiento del entorno virtual	0.5 semanas
Módulo 001	1 semana
Módulo 002	1 semana
Módulo 003	1 semana
Módulo 004	1 semana
Módulo 005	1 semana
Módulo 006	1 semana
Módulo 007	1 semana
Trabajo final de Curso	0.5 semanas

7. TRABAJO FINAL

El alumno/a deberá elaborar un trabajo final en el que, a modo de conclusiones, resuma y comente lo aprendido en el curso, aportando además su juicio crítico y opinión sobre el curso.

8. EQUIPO PEDAGÓGICO

El equipo pedagógico está formado por profesores expertos pertenecientes al Claustro de **IMBS. International Maritime Business School**.

Durante el curso, los tutores juegan un papel proactivo, siendo el motor de la acción y entre sus funciones destacan las siguientes:

- Responder a las dudas planteadas por los participantes en relación a los contenidos de estudio.
- Proporcionar a cada participante un feedback personalizado a cada una de sus actividades, en un plazo aproximado de 24 a 48 horas para que los participantes puedan seguir avanzando en el proceso formativo.
- Animar o provocar la participación del grupo, actuando como dinamizador del aprendizaje de los participantes.
- Evaluar el aprendizaje de los participantes.

9. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

El alumno/a deberá realizar evaluaciones online en cada uno de los módulos, así como un trabajo final resumen del curso.

La nota final será numérica y se puntuará de 0 a 10. Esta nota final será la media aritmética de las calificaciones obtenidas en las diferentes evaluaciones la cual hará igualmente media con la nota obtenida en el trabajo final.

Para superar el curso será necesario obtener una nota global mínima de 5 puntos sobre un total de 10.

10. DIPLOMA

Se expedirá un certificado de aprovechamiento a aquellos alumnos/as que hayan seguido de forma activa el curso y superado la nota global mínima de 5.