Gestión de ventas, marketing directo y utilización de las redes sociales en la gestión comercial COMT040PO



Área: FORMACIÓN PRIVADA. CURSOS EN ABIERTO
Modalidad: Presencial
Duración: 100 h
Precio: 600.00€

Curso Bonificable
Solicitar información
Recomendar

CÓDIGO

23210CAT

CALENDARIO

Las clases serán de lunes a viernes, cinco horas diarias

OBJETIVOS

Aplicar técnicas de marketing directo y digital a la gestión de ventas y de relación con los clientes.

CONTENIDOS

1. GESTIÓN DE LA VENTA Y SU COBRO. ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES

1.1. La gestión comercial.

1.1.1. La “conciencia comercial”: ¿Qué supone concebir la relación con los clientes desde una perspectiva comercial?

1.1.2. Que es vender. Nuevas formas comerciales. Proceso de compra- venta.

1.1.3. Tipología de la venta. La venta personal.

1.1.4. El punto de venta y el merchandising.

1.1.5. Organización del trabajo: gestión de la cartera de clientes.

1.2. La relación con el cliente.

1.2.1. Calidad del servicio al cliente.

1.2.2. Perfil del cliente actual.

El contenido de esta comunicación, así como el de toda la documentación anexa, es confidencial. No está permitida la reproducción total o parcial de este documento, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo de su titular.

1.2.3. Derechos y obligaciones del cliente.

1.2.4. Tipología de comportamientos del cliente y estrategias de gestión.

1.2.5. Instituciones y Servicios de Protección al consumidor.

1.3. Servicio de atención al cliente. Quejas y reclamaciones.

1.3.1. Procedimiento y normativa en los procesos de reclamación. Documentos necesarios.

1.3.2. Habilidades de comunicación en el servicio de atención al cliente.

1.3.2.1. La comunicación: instrumento de relación y atención al cliente.

1.3.2.2. El lenguaje positivo.

1.3.2.3. Los diferentes estilos de comunicación.

1.3.2.4. Técnicas de negociación.

1.3.3. El manejo y la resolución de conflictos.

1.3.3.1. La conducta de los clientes en situaciones difíciles.

1.3.3.2. Instrumentos para hacer frente a las situaciones difíciles.

1.3.4. El proceso de atención de quejas y reclamaciones.

2. HERRAMIENTAS DE LA GESTIÓN COMERCIAL. SEGUIMIENTO DESPUÉS DE EVENTOS O ACCIONES COMERCIALES.

2.1. El plan de marketing como herramienta de gestión.

2.1.1. Introducción al Marketing.

2.1.2. El Plan estratégico de Marketing en la empresa: objetivos, fases, implementación.

2.1.3. Seguimiento y control del Plan de Marketing.

2.1.4. Políticas de Marketing.

2.1.5. Estrategias de Marketing.

2.2. La gestión comercial.

2.2.1. Investigación y estudio de mercados y su segmentación.

2.2.2. Logística Comercial.

2.2.3. Control y gestión presupuestaria.

2.2.4. La oferta comercial.

2.2.5. Política de productos.

2.2.6. El Departamento Comercial.

2.3. Planificación y desarrollo de eventos y actos comerciales.

2.3.1. Organización y planificación de eventos.

2.3.2. Definición, difusión y desarrollo de los eventos de una organización.

El contenido de esta comunicación, así como el de toda la documentación anexa, es confidencial. No está permitida la reproducción total o parcial de este documento, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo de su titular.

2.3.3. Identidad gráfica de los eventos.

2.3.4. Protocolo de empresa.

2.3.5. Participación en eventos extranjeros e internacionales.

2.3.6. Evaluación de Eventos.

2.4. La comunicación en marketing.

2.4.1. Estrategias y herramientas.

2.4.2. Hablar en público.

3. MÁRKETING DIRECTO.

3.1. El marketing directo como parte del plan de marketing.

3.1.1. Introducción al Marketing Directo.

3.1.2. El micromarketing y su aplicación estratégica.

3.1.3. Marketing Relacional.

3.2. El plan de marketing directo.

3.2.1. Definición, estructuración e implementación del Plan de Marketing Directo.

3.2.2. Ventajas del Marketing Directo frente a los Medios Masivos.

3.2.3. Planificación de Campañas.

3.2.4. Los Medios del Marketing Directo (prensa, e-mailings, buzoneo mobile marketing, etc.).

3.2.5. Marketing On-Line.

3.2.6. Análisis de Resultados.

3.2.7. Creatividad en el Marketing Directo: campañas creativas.

3.3. Estrategias de interacción con los clientes.

3.3.1. Generación, gestión y comunicación de contactos.

3.3.2. Listas y bases de datos.

3.3.3. Fidelización de clientes.

3.3.4. La implementación de un CRM.

3.3.5. Ley de Protección de Datos.

4. MARKETING DIGITAL. UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES Y OTRAS HERRAMIENTAS WEB EN LA GESTIÓN COMERCIAL Y DE MARKETING.

4.1. La web 2.0 en la empresa.

4.1.1. La evolución técnica de la Web.

4.1.2. Áreas de actuación de la empresa en la web 2.0.

4.1.3. Extender el trabajo de nuestra empresa.

Mercamadrid, S.A.
Centro de formación
Calle 40, 4b, Mercamadrid
Calle 25, 3, Mercamadrid
28053 Madrid (España)
Tel. +34 91 7850000 ext 253
www.mercamadrid.es
formacion@mercamadrid.es

El contenido de esta comunicación, así como el de toda la documentación anexa, es confidencial. No está permitida la reproducción total o parcial de este documento, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo de su titular.

4.2. Marketing en medios sociales -crear contenidos y conversar.

4.2.1. El social media.

4.2.2. Redes sociales.

4.2.3. Gestión de redes sociales.

4.2.4. Marketing 2.0: Marketing en la red.

4.3. Marketing en medios sociales -escuchar y medir.

4.3.1. Cómo evaluar nuestro trabajo de Social Media.

4.3.2. Limitaciones, éxitos y fracasos del Social Media.

4.3.3. Gestión de crisis.

4.3.4. Apuntes legales del Social Media.

CONTENIDOS PRÁCTICOS

Realización de ejercicios prácticos y/o teóricos prácticos en relación con los contenidos del curso.

Realización de prácticas en aplicación de todo lo desarrollado en el ámbito teórico. En este sentido es de destacar las clases eminentemente prácticas en talleres donde los alumnos y alumnas pueden poner en práctica todo lo aprendido en las aulas teóricas.

MATERIALES

Material didáctico:

Con la finalidad de aumentar las competencias tecnológicas del alumnado y disminuir el volumen de papel, se habilita un classroom y todas las herramientas de work space de google desde donde el alumnado tiene acceso a todo el material didáctico y documentación complementaria del curso.

Se verifica que todo el alumnado disponga de cuenta de correo para el acceso al material.

Guía del alumnado en soporte papel y digital.

Equipamiento:

Epis para la parte presencial: chaleco reflectante; en cursos de logística/almacén guantes de seguridad; en cursos de producto fresco delantal, gorro desechable, guantes desechables, mascarilla, bata, etc.

Se hace entrega de botas de seguridad en los cursos de logística que obligatoriamente deberá llevar el alumnado en las clases y no podrá acceder al examen práctico sin los epis correspondientes.

Material para la realización de las prácticas.

Bolsa y bolígrafo.

METODOLOGIA

El contenido de esta comunicación, así como el de toda la documentación anexa, es confidencial. No está permitida la reproducción total o parcial de este documento, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo de su titular.

El curso se imparte bajo la modalidad de presencia, cuya característica principal es la participación del alumnado en el proceso de aprendizaje, puesto que el alumnado es la figura protagonista de dicho proceso, asumiendo el profesorado el rol de mediador entre los alumnos y alumnas y los conocimientos, destrezas y actitudes a desarrollar.
Nuestra metodología está adaptada a alumnado procedente de diferentes contextos, y sabiendo trabajar con grupos heterogéneos, realizando un proceso de aprendizaje personalizado e individualizado.

Pretendemos que los alumnos y alumnas adquieran las competencias (capacidades, destrezas y habilidades) necesarias para el desempeño del puesto de trabajo.

Apostamos por el aprendizaje constructivo así como por el aprendizaje que fomenta la participación y trabajo en equipo.

Dada las características de la acción formativa se trata de una formación eminentemente práctica, en la que el profesorado expone determinados conceptos que de forma inmediata el alumnado puede poner en práctica.

Se trata de una formación flexible en la que el profesorado está preparado ante la demanda y progre¬sos de todos y cada uno de los alumnos y alumnas con el fin de dar soluciones inmediatas.

Existe una comunicación mutua y continua entre profesorado, equipo de coordinación del centro de formación y alumnado y, a partir de esa interacción, se persigue la conciencia de constitución de grupo.

Características generales de nuestra metodología:
- Presentación del curso.
- Exposición de la programación, planificación y organización del curso.
- Entrega de la documentación, material y equipamiento del curso.
- Explicación del material didáctico y del uso del classroom.
- Definición de objetivos.
- Exposición de los contenidos teóricos.
- Realización de ejercicios y casos prácticos y/o teóricos prácticos, utilizando las siguientes metodologías: resolución de ejercicios y problemas, demostración práctica, aprendizaje basado en problemas, estudio de casos, aprendizaje por proyectos y aprendizaje cooperativo.
- Resumen de los contenidos expuestos.
- Realización de pruebas de evaluación teórica y práctica.

Al inicio del curso el profesorado analiza el nivel inicial del alumnado con la finalidad de poder personalizar y adaptar la formación al conjunto de la clase.

Durante las horas de teoría el profesorado expone los contenidos de forma dinámica, utilizando para ello material audiovisual (presentaciones, fotografías proyectadas, videos y otros recursos didácticos).

METODOLOGÍA APLICADA A LOS CONTENIDOS PRÁCTICOS

Consisten en la realización de algunas de las siguientes actividades, a criterio del profesorado:
- Resolución de ejercicios prácticos y/o teóricos prácticos y problemas en relación con los contenidos del curso., demostraciones prácticas, aprendizaje basado en problemas, estudio de casos, aprendizaje por proyectos y aprendizaje cooperativo.
- Realización de clases prácticas en aplicación de todo lo desarrollado en el ámbito teórico. En este sentido es de destacar las clases eminentemente prácticas en talleres donde los alumnos y alumnas pueden poner en práctica todo lo aprendido en las aulas teóricas.

REQUISITOS

No es necesario acreditar un nivel mínimo de formación para seguir el curso.

Se debe tener en cuenta para los cursos de frescos y de carretillas que se manejan equipos y herramientas potencialmente peligrosos.

El contenido de esta comunicación, así como el de toda la documentación anexa, es confidencial. No está permitida la reproducción total o parcial de este documento, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo de su titular.

Los menores de edad y mayores de dieciséis años deberán aportar autorización del tutor/a legal en los cursos o sesiones presenciales.

El alumnado que se matricule de forma individual deberá aportar dni/nie.

El alumnado deberá disponer de un conocimiento equivalente de A2 de español.

Son necesarios conocimientos de ofimática a nivel de usuario, en cursos de modalidad teleformación.

CONTROLES APRENDIZAJE

A lo largo de todo el proceso formativo, el profesorado realiza una evaluación continua que tiene como finalidad poder conocer el nivel de progreso del alumnado, teniendo en cuenta su actitud en clase, su asistencia, cumplimiento de las normas, su participación, la asimilación de contenidos, desarrollo de prácticas, etc.
Se realiza una prueba de evaluación final teórica, con preguntas sobre el contenido del curso que el alumno/a debe superar.
Además se realiza una evaluación de la parte práctica con la finalidad de evaluar la adquisición de habilidades, destrezas, aptitudes, actitud, etc. que el alumno/a debe superar.
El alumnado debe asistir al 75% de las clases.
Como resultado de esta evaluación, el alumno o alumna es considerado como apto/a o no apto/a.
Criterios de evaluación para el apto/a global del curso

- Asistencia al 75% de las horas del curso.
- Realización y aprobación de examen teórico.
- Realización y aprobación de examen práctico (en caso de que haya).

Criterios de evaluación para el apto/a global del curso en formación con carretillas.

- Asistencia al 75% de las horas del curso (se computa todo junto teoría y práctica)
- Realización y aprobación de examen teórico
- Realización y aprobación de examen práctico

En los cursos de carretillas el alumnado debe presentarse al examen práctico con las botas de seguridad que se la han entregado y asistir a todas las clases.

Bonificación de la formación
Esta formación podrá bonificarse siempre que además de lo anterior cumplas con los siguientes requisitos en teleformación:
Conexión a la plataforma del 75% de las horas de duración del curso (la plataforma dispone de un reloj que contabilizará tu tiempo de conexión).
Descargar las guías del alumnado y cumplimentar el cuestionario de satisfacción.
Poner un mensaje de debate sobre un tema de interés relacionado con la temática del curso en el foro general del curso.
Participar al menos una vez en el chat o en las actividades que proponga el tutor/a.

DIPLOMAS

Como resultado de esta evaluación, el alumno o alumna es considerado como apto/a o no apto/a y se le hará entrega del correspondiente Certificado o Diploma o documento justificativo, que podrá ser:

- De aptitud y aprovechamiento si se han superado los requisitos de evaluación exigidos.

- De simple participación si la evaluación ha resultado No apto/a.

OBSERVACIONES

Instalaciones:

El contenido de esta comunicación, así como el de toda la documentación anexa, es confidencial. No está permitida la reproducción total o parcial de este documento, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo de su titular.

Desde enero de 2026 el centro de formación de Mercamadrid cuenta con unas nuevas instalaciones dentro del espacio “El Hervidero” con una superficie de más de 3.000 m², completamente accesibles y dotadas de la más avanzada tecnología en materia educativa.

El centro de formación cuenta con los siguientes espacios:

9 aulas teóricas perfectamente equipadas, con luz natural y artificial, sistema de climatización centralizado frio/calor, conexión a internet por wifi y cable, pantalla de proyección digital, pizarra tipo Vileda, ordenador para el profesor, taquillas.

7 aulas-taller:

Nave para recepción y almacenamiento de materiales

Nave de preparación de pedidos

Sala u obrador de carnicería y elaboraciones cárnicas. Sala de despiece

Taller Almacén de carnicería y elaborados cárnicos. Polivalente.

Taller de Comercio

Zona de prácticas de medios móviles para carga

Sala de acondicionamiento de pescados y mariscos/sala obrador de pescadería

Zonas comunes para el descanso, estudio, reunión, etc.

Zonas comunes

Recepción

Vestuarios y aseos

Almacenes

Zonas de estudio, tutorías, sala de profesores, presentaciones, área de descanso, patios exteriores, etc.

Zona administrativa: con despachos y salas de reuniones.

Azotea: espacio multifuncional ajardinado, con zonas para talleres, eventos y huertos.

Ubicación del centro de formación: Calle 25 3, 28053 Madrid, Mercamadrid

Ubicación google maps https://maps.app.goo.gl/8m3Noq9EvWufmCFa6 **https://elhervidero.es/centro-de-formacion/**

Evaluación de la calidad de la formación

Con el objeto de evaluar la calidad de la formación, se pone a disposición del alumnado de un cuestionario de Evaluación de la calidad que se cumplimentará de forma anónima y voluntaria a través de la plataforma.

Contacto

Tfno +34 917 850 000 Mercamadrid 28053 Madrid

formacion@mercamadrid.es

El contenido de esta comunicación, así como el de toda la documentación anexa, es confidencial. No está permitida la reproducción total o parcial de este documento, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo de su titular.

Sugerencias

Mercamadrid dispone de un sistema de gestión de la calidad basado en la Norma UNE EN ISO 9001, en el marco de este sistema podrá plantear sus sugerencias/quejas/reclamaciones a través del email formacion@mercamadrid.es.

Uso de las imágenes y videos durante el desarrollo del curso:

Durante el desarrollo del curso queda terminantemente prohibido distribuir imágenes y vídeos fuera del ámbito educativo, sólo se podrán subir a classroom o a la plataforma de teleformación. Cualquier imagen distribuida en redes sociales, sitios web, etc. serán notificadas como uso no autorizado por parte de Mercamadrid, S.A.

Descuentos

10% descuento para desempleados

El contenido de esta comunicación, así como el de toda la documentación anexa, es confidencial. No está permitida la reproducción total o parcial de este documento, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo de su titular.