

# CURSO MULTIMEDIA DE MARKETING

Este curso de dar una visión tanto teórica como práctica del Marketing.

El curso está dividido en los siguientes apartados:

1. **TEORIA.** Los temas 1 a 6 son de teoría de Marketing, hemos incluido en el tema 2 un amplio estudio del comercio electrónico. Estos temas son para leer y para que Vd., adquiera unos conocimientos suficientes de estas materias.

2. **PRÁCTICA.** Después de haber leído los apartados teóricos es muy aconsejable ver casos prácticos. Incluimos casos prácticos de Marketing, correspondientes a empresas muy conocidas, así como Planes de Marketing, probablemente el aspecto más importante de esta materia, por lo menos en un sentido práctico. El Plan de Marketing orienta a las empresas en su actividad, les da soporte.

Destacar los ejemplos sobre Planes de Viabilidad para dos pequeñas empresas, esto excede ligeramente de este curso, pero es muy conveniente tener una visión amplia de donde se enmarca el Plan de Marketing en una empresa. Los planes de viabilidad son, como su propio nombre indica, planes para conocer o anticipar si una empresa va a ser viable, rentable, posible. Dentro de un plan de viabilidad tiene lugar muy destacado el plan de Marketing.

Para finalizar incluimos un plan de Marketing para una empresa chocolatera, este plan está realizado con el programa Powerpoint, que es ideal para las presentaciones empresariales.

3. **UTILIDADES:** Existen una serie de aplicaciones informáticas o programas o software, no solo útiles, sino que necesarias e imprescindibles para la persona que trabaje en Marketing. Una de ellas es lo que denominamos Combinar Correspondencia con Word. Mediante esta aplicación lo que hacemos es lo que se entiende como "mailing", el envío automatizado de correspondencia a nuestros clientes o posibles clientes.

Incluimos un ejercicio realizado en Excel, y que conviene seguir paso a paso, titulado Objetivos y Escenarios, aquí de lo que se trata es de calcular el Umbral de Rentabilidad de una empresa: el umbral de rentabilidad es conocer cuánto necesita vender una empresa para no tener pérdidas.

Los temas siguientes tratan de Excel, y como utilizamos este programa, y en concreto funciones como Solver para temas directamente relacionados con el Marketing.

Por último tiene todo **un curso de Powerpoint**, del que ya hemos indicado su importancia. Hay unos temas multimedia para que los vea y escuche, y una serie de ejercicios a realizar para confirmar conocimientos

4. **CURSO DE MARKETING Y VENTAS:** Desarrollamos aquí todo un curso completo en el apartado de Ventas.

5. **CURSO COMUNICACIÓN COMERCIAL:** Incluimos las orientaciones que debe conocer sobre el vendedor profesional y los clientes

1

## **TEORIA**

1. Introducción
2. El Comercio electrónico
3. Teoría del Marketing
4. El Marketing estratégico
5. Los sistemas publicitarios
6. Las 22 leyes del Marketing

2

## **PRÁCTICA**

1. Caso Adolfo Domínguez
2. Caso Bermejo
3. Caso de Telepizza
4. Plan de Marketing
5. Plan de Marketing ciudad de Calella
6. Plan de Marketing ciudad de Valencia
7. Plan de Marketing empresa turismo
8. Plan de Marketing empresa de chocolate
9. Plan viabilidad fiscal-contable
10. Plan de Viabilidad de empresa de productos desechables

3 **UTILIDADES I**

## **Microsoft Office Powerpoint**

### **TEMAS MULTIMEDIA**

- 1.- Entorno
- 2.- Iniciar trabajo con Powerpoint
- 3.- Insertar elementos
- 4.- Diseño de la presentación
- 5.- Animación

- 6.- Dar formato a la presentación
- 7.- Presentación con diapositivas
- 8.- Finalizar y publicar presentación

## **EJERCICIOS PRÁCTICOS**

- 1.- Temas y estilos rápidos
- 2.- Utilizar plantillas de diseño
- 3.- Guardar un tema personalizado
- 4.- Patrones
- 5.- Personalizar un tema
- 6.- Agregar una tabla
- 7.- Crear un gráfico Smartart
- 8.- Nuevos efectos de relleno
- 9.- Estilos de Smartart
- 10.- Transición e intervalos de diapositivas
- 11.- Animación de diapositivas
- 12.- Impresión de diapositivas

4

## **UTILIDADES II**

### **Microsoft Office Word**

Combinar correspondencia I

Combinar correspondencia II

1. Combinar correspondencia
2. Combinar correspondencia II
3. Organigramas y diagramas

### **Microsoft Office Excel**

1. Análisis de datos
2. Objetivos y escenarios
3. Solver I
4. Solver II

5

## **CURSO DE MARKETING Y VENTAS**

1. Introducción
2. Respetar las etapas de venta
3. Consultar es prepararse para ganar
4. Establecer la toma de contacto
5. Dirigir y orientar la entrevista de ventas
6. Argumentar con eficacia
7. Presentar y defender el precio
8. Tratamiento de objeciones
9. Concluir
10. Fidelizar al cliente
11. Plan de acción individual

6

## **CURSO DE COMUNICACIÓN COMERCIAL**

1. Evolución lógica
2. El vendedor profesional
3. El cliente

7

## **EXAMEN**