Curso práctico: marketing promocional, directo y relacional (90 horas)



Categoría: Comercio y marketing

Página del curso: https://www.ensenanzadual.com/cursos/curso-practico-marketing-promocional-directo-y-relacional-90-horas/

Objetivo

Con el **Curso práctico** de 90 horas de **Marketing promocional, directo y relacional** adquirirás los conocimientos necesarios para diseñar, desarrollar y controlar estrategias y acciones comerciales de marketing directo y relacional.

Descripción

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING PROMOCIONAL
Concepto y fines de la promoción:
- Instrumentos de la promoción. - Objetivos de las acciones promocionales. -

Tipos de promociones. - Formas de promoción dirigidas al consumidor: 2×1, 3×2, otras.

Formas de promoción a distribuidores, intermediarios y establecimiento:

- Clases de incentivos y promociones a los distribuidores y consumidores. - Promociones especiales. - Tipos de acciones de marketing y promoción según el punto de venta.

Acciones de marketing directo:

- Posibilidades y características. - Evaluación y criterios de clasificación de clientes potenciales. - Legislación sobre protección de datos.

Acciones de promoción "online":

- Internet como canal de información y comunicación de la empresa. - Herramientas de promoción "online", sitios y estilos web para la promoción de espacios virtuales.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN

- Definición de la política de distribución.

Canales y fórmulas de distribución:

- Elección de los canales. - Relación entre miembros del canal de distribución. - Comercio mayorista. - Comercio minorista. - Estrategias en la política de distribución.

Relaciones con la red y puntos de ventas:

- Determinación del número de puntos de venta. - Selección del lugar de emplazamiento.

Marketing en la distribución:

- Merchandising.

Comercialización "online" de productos y servicios:

- Las relaciones comerciales B2B y B2C. - Elaboración de informes sobre distribución.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

- Definición de la política de comunicación en la empresa.

Tipos de comunicación en la empresa:

- Comunicación interna. - Comunicación externa en la empresa. - La comunicación personal. - Otros tipos de comunicación.

El mix de comunicación. Tipos y formas:

- Publicidad. - Promoción de ventas. - Relaciones públicas. - Marketing directo. - Marketing relacional. - Marketing "online".

Medios de comunicación:

- Medios convencionales. - Medios no convencionales.

Elaboración del briefing de productos, servicios o marcas:

- Objetivos y finalidad del briefing. - Estructura y elementos del briefing. - Aplicaciones de presentación del briefing.

Información adicional

- Online: Si
- Horas: 90
- Tipo: Profesiones
- Unidades: 3