

# COMM057PO. MARKETING, DISTRIBUCIÓN COMERCIAL Y FUERZA DE VENTAS.



SKU: PS802

Horas: 30

## OBJETIVOS

Identificar las diferentes técnicas e instrumentos relacionados con el marketing de la empresa y la gestión de la fuerza de ventas.

## DIRIGIDO A

## COMPETENCIAS

## CONTENIDO

### 1. EL PRODUCTO COMO VARIABLE COMERCIAL

- 1.1. El producto piedra angular de la estrategia de marketing.
- 1.2. Tipología de productos.
- 1.3. Ciclo de vida de los productos.
- 1.4. La marca, envase, etiquetado y embalaje.

### 2. PRECIOS

- 2.1. Concepto de precio.
- 2.2. Instrumentos para fijar el precio de un producto.
- 2.3. Estrategias para aprovechar oportunamente diferentes situaciones de mercado.

### 3. EL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

- 3.1. Funciones de la distribución en el proceso de comercialización.
- 3.2. Entornos de utilidad de la distribución comercial.
- 3.3. La actividad de distribución comercial como un sistema.
- 3.4. Elementos del sistema de distribución comercial.
- 3.5. Canales de distribución y distribución comercial.

#### **4. LOS INTERMEDIARIOS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL**

- 4.1. Tipos de agentes de la distribución comercial.
- 4.2. Tipos de establecimientos existentes.
- 4.3. Formas de comercio minorista realizado sin establecimiento.
- 4.4. Formas de distribución comercial a que da lugar el asociacionismo comercial.

#### **5. COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN: PUBLICIDAD**

- 5.1. La comunicación entendida como variable de marketing.
- 5.2. Toma de decisiones en las comunicaciones comerciales, masiva y personal.
- 5.3. Etapas de programas de publicidad efectivos.
- 5.4. Promoción de ventas y las herramientas utilizadas.
- 5.5. Relaciones públicas y la comunicación institucional.

#### **6. FUERZA DE VENTAS**

- 6.1. Diseño del equipo de vendedores.
- 6.2. Factores en un plan de ventas.
- 6.3. Técnicas y prácticas para organizar y controlar la fuerza de ventas.
- 6.4. Principios de la venta personal así como su aplicación en los distintos mercados y situaciones.