

PROGRAMA TECNICO

MARKETING Y GESTION COMERCIAL

(MKCO)



GUIA DEL PARTICIPANTE

ENIC

**Plaza de la Candelaria 6, 1a Planta
38003 Santa Cruz de Tenerife, España
Tel: 922 100 400 Fax: 922 100 415
info@enic.edu.es**

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

3.1 Destinatarios

El Programa técnico de Planificación Financiera está dirigido a profesionales 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.

3.2 Duración

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 "a distancia" (on-line) en la plataforma virtual de la Escuela de Negocios de las Islas Canarias (www.campusvirtualenic.eu). Esta plataforma, de fácil manejo y muy intuitiva, 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: casos prácticos, análisis de documentación, lecturas, foros de debate, chats, cuestionarios, etc.

La **documentación** será el cuerpo central y contendrá los contenidos teóricos del seminario. Las **lecturas** y los **casos** servirán de complemento a los contenidos teóricos.

Las **evaluaciones** permitirán constatar el seguimiento del curso. El trabajo final demostrará que el alumnado ha aprendido los nuevos conocimientos correctamente y ha mejorado sus capacidades profesionales.

5. CONTENIDOS

Los Módulos se estructuran en los siguientes contenidos:

Familiarización con la plataforma

- 01 Introducción y la necesidad de venta
- 02 Estudio de nuestro producto o servicio
- 03 Marketing Online & Ecommerce
- 04 Coordinación de Equipo comercial
- 05 Planificación y Gestión de cartera de clientes
- 06 El Plan de Marketing
- 07 Técnicas y herramientas de control y seguimiento comercial

Trabajo Fin de Curso

6. CALENDARIO

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 Plan de Marketing donde aplicará las técnicas, estrategias y acciones aprendidas durante el curso. Aportando su visión estratégica, capacidad financiera con datos objetivos sobre su mercado potencial para que posteriormente, le sirva para su empresa o negocio.

Una vez realizado, deberá subirlo para su evaluación por parte del Tutor.

8. EQUIPO PEDAGÓGICO

Coodinador y Tutor:

Antonio J. Padrón Hernández
Co-fundador de SOCIMENT, Tu Departamento de Marketing
Consultor de Marketing Externo en Empresas
Delegado de la Asociación Española de Marketing en las Islas Canarias.
Co-fundador del Diario Digital Marketing Semanal.
Fundador Club de Marketing de Tenerife

Es la persona encargada de la selección de la metodología, sistema de evaluación, revisión y adaptación de los contenidos y las actividades a la plataforma. Es el responsable de guiar y tutorizar a los participantes a lo largo del Curso.

Tutores:

CARLOS FRANCISCO MORENO
Cost Controller en LORO PARQUE.
Cofundador y gestor de SOCIMENT.
ACP in International Tourism & Hotel Management
University of California, Irvine. USA

ALBERTO ALDAO ALDAO
Consultor Financiero, Estratégico y de negocio en EKLIPSUS.
Cofundador y gestor de SOCIMENT.
Conferenciante acerca de la mejora financiera y de la gestión en las PYMES.

El tutor juega un papel proactivo, siendo el motor de la acción. 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 6 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 on-line en cada uno de los Módulos, así como un Trabajo Final 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.**

10. DIPLOMA

La Fundación ENIC expedirá certificado de aprovechamiento a aquellos Alumnos/as que hayan seguido de forma activa el curso y superado la nota global mínima de 5. (Según se indica en el apartado anterior).