



PROGRAMA DE ESTUDIO

MODULO 1 – LA ACTIVIDAD COMERCIAL.

- La actividad comercial. Función del Marketing.
- Conceptos claves en Mercadotecnia.
- El contexto del Marketing.
- El entorno. Actores y Factores.
- Conceptos nuevos de las 4Cs del Marketing.
- Herramientas del Mkt Mix.

MODULO 2 – LA MERCADOTECNIA.

- El proceso de Marketing
- Marketing Operativo y Marketing Estratégico.
- Diseño y estructura de un Dpto. Comercial.
- El Sales Operators. Funciones y clasificaciones.
- Desarrollo de políticas y procedimientos.
- Aplicación del Trending Marketing a las Ventas.

MODULO 3 – INTRODUCCIÓN A LAS VENTAS.

- Cultura del intercambio. Clasificación. Características.
- Establecimiento de relaciones rentables y duraderas.
- Factores de éxito de una fuerza de Ventas.
- Creatividad, adaptación y métricas.
- Comunicaciones integradas. Estrategias.
- Gestión de Calidad (QUALITY) como filosofía comercial.

MODULO 4 – CUSTOMERS & BUYERS

- Segmentación, Posicionamiento y Diferenciación.
- Gestión y elección del Mercado Objetivo.
- Creación del MVP (Producto Mínimo Viable)
- Modelo esquemático de un sistema de Mkt.
- Estrategias de marketing y políticas comerciales.



- Aplicación de la IA. Datos e Información.

MODULO 5 – ATENCIÓN AL CLIENTE.

- Tablero de Control (Balanced Scorecard). Estructura.
- CRM (Customer Relationship Management).
- Automatización de Procesos y Tareas.
- Análisis situacional y medidas desempeño.
- Aplicación y evaluación FODA y CVP.

METODOLOGÍA

El desarrollo teórico práctico de las diferentes sesiones de aprendizaje, mediante tutoriales, materiales de consulta, archivos, tareas y feedbacks, estará enmarcado en el método activo de aprendizaje enactivo, desarrollando situaciones reales centradas en las actividades del alumno, efectuando la recuperación de saberes previos, el análisis, la reconstrucción y la evaluación de los contenidos propuestos y creación de nuevos conocimientos.

El aprendizaje será por procesos de manera sumativa, autoevaluación, participación activa en clases, con el Profesor Tutor y por medio de vías y medios de comunicación adecuados y dinámicos.

ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

La calificación obtenida se basará en la suma de aciertos respecto del total del puntaje correspondiente. La ponderación total es del 100%, siendo la calificación mínima de aprobación, el 70%.