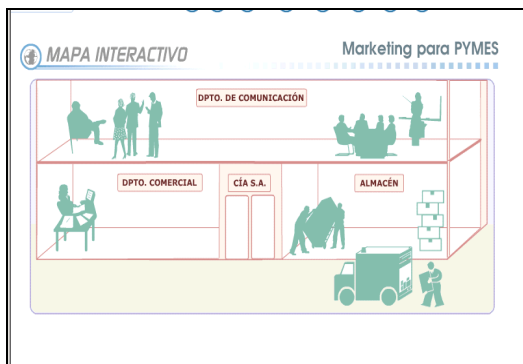


Curso: **MARKETING, ATENCIÓN AL CLIENTE Y CALIDAD DE SERVICIO (teleformación)**



MATERIAL ALUMN@:

- ♣ Claves de acceso
- ♣ Guía de usuario (formato .pdf)
- ♣ Manual (formato .pdf disponible on line)

CONTENIDO PLATAFORMA:

- ♣ Páginas totales: 134
- ♣ N° de ejercicios: 18

OBJETIVOS:

- ♣ Dar a conocer la necesidad e importancia de la función de Marketing en el ámbito de la gestión empresarial.
- ♣ Proporcionar al usuario una serie de conocimientos teórico-prácticos que le permitan adoptar decisiones relativas a la gestión del Marketing en la empresa.
- ♣ Capacitar al usuario para implantar aquellas políticas y estrategias de Marketing más adecuadas a cada caso.
- ♣ Analizar y comprender cómo funciona la conducta comercial del cliente. Adaptar sus argumentos a la personalidad de cada cliente.
- ♣ Ofrecer un servicio de calidad a los clientes. Orientar su actividad laboral hacia la satisfacción del cliente.

A QUIEN VA DIRIGIDO:

El curso está destinado a profesionales, personal de Pymes y público en general que se desenvuelvan en el ámbito comercial y debido a sus actividades requieran una mirada desde el Marketing.

CONTENIDOS:

- 1. Introducción al marketing.**
Que es el marketing
El marketing como función de la empresa
- 2. El mercado y la demanda.**
El mercado y el entorno
La demanda
- 3. El comportamiento del consumidor.**
El análisis del comportamiento del consumidor
El proceso de decisión de compra
La empresa como consumidor
- 4. Investigación comercial.**
El sistema de información y la investigación comercial
El proceso de investigación comercial
- 5. Políticas de marketing: marketing-mix.**
Política de producto
Política de precios
Política de distribución
Política de comunicación
- 6. Atención al cliente y calidad de servicio.**
Gestión de la calidad
El cliente