

## FICHA TÉCNICA DEL CURSO

**Referencia:** ONV2CS3324-N

**Nombre:** MARKETING, COMUNICACIÓN Y VENTAS

**Duración:** 275 horas

**Modalidad:** Teleformación

### Objetivos:

Conocer qué es la Responsabilidad Social Corporativa y a qué conceptos se asocia. Analizar los distintos ámbitos de la Responsabilidad Social Corporativa. Comprender las distintas estrategias que toman las empresas en el ámbito de la RSC. Identificar la distinta normativa relacionada con la RSC. Identificar las distintas fases de gestión que se tienen sobre la RSC. Comprender los pasos a realizar para conocer los resultados de una estrategia de RSC. Asimilar como realizar un plan de Responsabilidad Social Corporativa. Identificar los tipos de comunicaciones en la empresa en relación a la RSC. Analizar la tipología de indicadores que se tienen sobre la RSC. Identificar los grupos de interés como elementos fundamentales en las estrategias de la Responsabilidad Social Corporativa. Aprender cómo crear invitaciones y cuál es la forma correcta de contestarlas. Conocer cuáles son las obligaciones que es necesario tener con los visitantes. Profundizar en las reglas de protocolo y comunicación que hay que llevar a cabo en los países de religión musulmana, Hispanoamérica y en otros países del mundo. Descubrir un decálogo de buenas prácticas en protocolo empresarial. Conocer el concepto básico de Marketing así como sus necesidades. Aprender a gestionar el Marketing y su entorno. Identificar en qué consiste el Marketing Mix. Comprender al público como pilar fundamental del Marketing. Establecer cómo se comporta el consumidor. Identificar como se divide el mercado. Diferenciar los distintos tipos de marketing en internet, tales como el marketing One to One, de permiso, de atracción, de retención y de recomendación. Identificar y analizar al usuario para poder adaptar el producto o el servicio. Conocer las estrategias CRM y las ventajas del marketing digital. Conocer las estrategias de marketing digital y los distintos tipos de comercio electrónico, así como reconocer las herramientas estratégicas que pueden emplearse. Identificar las estrategias de posicionamiento SEO y SEM y conocer sus diferencias. Conocer las principales redes sociales y estrategias de marketing que se pueden llevar a cabo. Analizar las características de las campañas de comunicación y publicidad online para poder adaptarse de forma eficaz a los posibles compradores. Conocer los fundamentos e importancia del liderazgo a nivel organizacional. Distinguir un equipo y de un grupo. Comprender la relación entre una gestión de éxito y el estilo directivo empleado. Mejorar el estilo de dirección propio. Conocer en qué consiste un cambio organizativo y cómo puede ser. Prever las resistencias al cambio que pueden surgir de cada persona y de la organización. Planificar un cambio organizativo. Aprender las exactas dimensiones del conflicto en el entorno empresarial. Distinguir entre conflictos funcionales y disfuncionales. Usar las características de cada conflicto para intentar resolverlo. Conocer las barreras que impiden la comunicación. Diferenciar conceptos claves de la comunicación interpersonal e intrapersonal. Profundizar en las habilidades superiores de comunicación "

### Contenidos:

## FICHA TÉCNICA DEL CURSO

**Referencia:** ONV2CS3324-N

**Nombre:** MARKETING, COMUNICACIÓN Y VENTAS

**Duración:** 275 horas

**Modalidad:** Teleformación

Responsabilidad social corporativa

UD1. Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa.

UD2. Ámbitos de la Responsabilidad Social Corporativa.

UD3. Mecanismos de la Responsabilidad Social Corporativa.

UD4. Iniciativas en Responsabilidad Social Corporativa.

UD5. La gestión de la Responsabilidad Social Corporativa.

UD6. El plan de responsabilidad social corporativa.

Protocolo Internacional

UD1. Protocolo nacional e internacional y usos sociales

UD2. Diplomacia\_diplomacia y negociacion

Marketing Internacional y ventas

UD1. Introducción al marketing internacional

UD2. Teoría y entorno del comercio y el marketing internacional

UD3. Inteligencia del marketing internacional

UD4. Marketing mix internacional

UD5. Organización de ventas y plan de marketing

Estrategia de Marketing digital

UD1. Introducción al marketing digital en la empresa

UD2. Análisis y herramientas estratégicas del marketing digital

UD3. Marketing y comunicación online

Habilidades Directivas y Negociación

UD1. Liderazgo y estilo de dirección

UD2. Gestión del cambio

UD3. Gestión del conflicto

UD4. Gestión de la comunicación

UD5. Gestión de reuniones

UD6. Técnicas de negociación

UD7. Gestión del tiempo y del estrés