

MARKETING, COMUNICACIÓN Y VENTAS

SKU: EVOL-3543-VNO-B | Categorías: [COMERCIO Y MARKETING](#), [Marketing](#), [Publicidad y Comunicación](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [200](#)

Acreditado por Universidad [NO](#)

Créditos ECTS [0](#)

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

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 OnetoOne, 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

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

