

Telemarketing

Telemarketing

Duración: 10 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

Objetivos:

Comprender los principios, conceptos e instrumentos del marketing y su influencia en la venta. Conocer las principales aplicaciones de la red de Internet y su uso en la empresa. Entender los conceptos de calidad y servicio, así como las características de los productos y servicios que ofrecen las empresas. Dotar al alumnado de las herramientas necesarias para conocer las técnicas de investigación y medición de la demanda.

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2026

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



© icaformación2026

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

1. Conceptos básicos de marketing
1.1. Introducción
1.2. Conceptos del marketing
2. Creación de listas de distribución para la captación de clientes
2.1. Listas de distribución
3. Programas de fidelización de clientes
3.1. ¿por qué son diferentes las empresas de servicios?
3.2. Dificultades para gestionar la calidad en el servicio
3.3. Costo de calidad y falta de calidad
3.4. Gestión de la calidad: asunto de método
3.5. Ejemplo de gestión de calidad en el servicio
4. Realización de estudios sobre clientes potenciales
4.1. La investigación de mercados
4.2. Las fuentes de información
4.3. El trabajo de campo
4.4. La muestra y la selección de los encuestados
4.5. Métodos de investigación cualitativa y cuantitativa
4.6. Técnicas de preguntas en las investigaciones
4.7. Los métodos de investigación por encuestas (I)
4.8. La experimentación y el marketing de prueba
5. Programas de atención al cliente y técnicas de venta
5.1. La exigencia del cliente
5.2. El cliente: aspectos a destacar
5.3. La percepción de calidad
5.4. Gestión de la calidad total
5.5. El cliente es el rey
5.6. Estrategias
6. Mailing a través de internet
6.1. La planificación
6.2. La estrategia
6.3. El formato del mensaje

© icaformación2026

6.4. Los elementos de un e-mail
6.5. Medición de los resultados
7. Páginas web en internet
7.1. La revolución de internet
7.2. Internet en la empresa
7.3. Consideraciones previas a la presencia en internet
7.4. Definición de objetos y puesta en marcha
8. Marketing en internet
8.1. Definición de marketing online
8.2. El mercado virtual
8.3. Los grupos de clientes
8.4. Estrategias para el marketing en internet
8.5. Elementos del marketing mix: producto, precio, promoción y plaza o distribución
8.6. Medios de difusión online
8.7. La personalización

© icaformación2026