

## Marketing de Servicios Profesionales

**Modalidad:** virtual

**Duración:** 4 meses

### Temario

#### - **Módulo 1: Introducción al Marketing**

¿Qué es y para qué sirve el Marketing? Conceptos y Definiciones. Pilares del Marketing. Historia del Marketing. Funciones de Marketing. ¿De qué se encarga? Rol del Marketing. Marketing Mix, introducción a las “4P” de Marketing. Relaciones Públicas ¿Se las puede considerar como componente del Marketing mix? Planificación de Marketing: ¿Qué es un Plan de Marketing?, elementos y redacción de un plan de Marketing.

#### - **Módulo 2: El Marketing de servicios profesionales**

Introducción y definiciones preliminares. Características de los servicios profesionales: ¿qué vendemos? ¿Qué busca el cliente? Servicio, producto o imagen. Necesidad y deseo. Aspectos diferenciales. El profesional en la sociedad de la información y la comunicación. Las técnicas de marketing profesional. Trabajo previo al plan de marketing. Auditoria del marketing.

#### - **Módulo 3: El Plan de Marketing de Servicios Profesionales y las Herramientas de Marketing Profesional**

Diseño e implantación del plan de marketing. Objetivos generales y específicos del plan de marketing. Estrategias generales y actividades específicas. Sistemas de información de marketing. Marketing profesional y del despacho profesional. Imagen corporativa. Marca, logotipo. Medios escritos, Internet.

#### - **Módulo 4: Diseño y Administración de Marketing de Servicios**

La Naturaleza de los servicios. Categorías de la mezcla de los servicios Las características de los distintos servicios. Estrategias de Marketing para empresas de servicios. Lista de control de Marketing de servicios. Marketing Holístico. Administración de calidad de los servicios: las expectativas de los consumidores, las mejores prácticas para la administración de la calidad en servicio. Como valorar la calidad de los servicios online. Recomendaciones para mejorar la calidad de los servicios. Administración de marca de servicios: desarrollo de estrategias de marca para servicios. Estrategias para servicios posteriores a la venta.

#### - **Módulo 5: Desarrollo de la Imagen Profesional y Perfil de la Imagen Profesional**

La vestimenta y los accesorios. Presentación de propuestas e informes. Presentación de Antecedentes y referencias. Trabajos de investigación y desarrollo. Escenario profesional. Promoción negativa. Publicaciones; congresos y disertaciones. Elementos, docencia y formación. Ética. Aumento de la reputación.

#### - **Módulo 6: La Mezcla Promocional: Relaciones Públicas**

Relaciones y redes personales. Relaciones profesionales. Relaciones con los medios de comunicación. Actividades de patrocinio, mecenazgo y donaciones. Boletines externos y newsletters. Imagen pública y protocolo. Contactos comerciales. Ferias comerciales. Publicidad. Aspectos generales. Medios y métodos de publicidad. Normas básicas para una buena publicidad. La utilización de Internet para promocionar los servicios profesionales. Qué debe tener un sitio Web profesional.

**- Módulo 7: Gestión Comercial: Honorarios**

Presentación de la gestión como negocio; generación de valor.

Equipo profesional. Comunicación para concretar la prestación. Contacto con el potencial cliente: La entrevista con el cliente, finalidades de las entrevistas, estilo colaborativo de negociación, estilo competitivo de negociación, aplicación de estilos, contenido de la presentación. Negociación de la retribución.

**- Módulo 8: La Comunicación Persuasiva**

Impartir conferencias Hablar en público y marketing profesional. Como crear credibilidad. El mensaje convincente en oratoria. Presentación de negocios.