

# Curso Universitario Marketing Industrial





## Curso Universitario Marketing Industrial

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **6 semanas**
- » Titulación: **TECH Universidad FUNDEPOS**
- » Acreditación: **6 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Acceso web: [www.techtute.com/informatica/curso-universitario/marketing-industrial](http://www.techtute.com/informatica/curso-universitario/marketing-industrial)

# Índice

01

Presentación

---

*pág. 4*

02

Objetivos

---

*pág. 8*

03

Dirección del curso

---

*pág. 12*

04

Estructura y contenido

---

*pág. 16*

05

Metodología de estudio

---

*pág. 20*

06

Titulación

---

*pág. 30*

# 01

# Presentación

El Marketing es un área realmente competitiva a nivel empresarial, independientemente del sector. En el ámbito industrial, es una manera indispensable para lograr la diferenciación y la captación de clientes que apuesten una marca determinada. Sin duda, este campo cuenta con una serie de particularidades que deben ser conocidas por los ingenieros informáticos, sobre todo aquellos que deseen emprender sus propios negocios, ya que les permitirá adquirir ese conocimiento superior del mercado y de las herramientas a utilizar que será fundamental para lograr una gran reputación en el sector. Para ello, TECH les propone la realización de este completísimo programa académico, gracias al cual serán capaces de manejarse con éxito en un terreno altamente competitivo.





“

*Conoce las principales herramientas de Marketing que podrás aplicar en el sector industrial y posiciona tu marca en el mercado”*

Los mercados industriales son cada vez más complejos, ya que son mercados globalizados donde es difícil la diferenciación, con clientes cada vez mejor informados y exigentes, con unos ciclos de vida de los productos y servicios reducidos, y con constantes procesos de innovación. El Marketing es un gran instrumento de creación de valor para la empresa industrial, además de la clave para su competitividad en el entorno actual. Sin embargo, su aportación se suele subestimar. Para poder competir en este sector, es muy importante tener información del mercado, crear relaciones y redes de colaboración, por lo que las fuentes de información se convierten en una ventaja competitiva para la empresa, pero, más aún, saber comunicarla y compartirla a todos los niveles de la organización.

Podría pensarse que no existen grandes diferencias entre el Marketing de consumo (B2C) y el Marketing Industrial o entre empresas (B2B). Y, aunque efectivamente, los principios para ambos son los mismos, sí existen elementos característicos de los mercados industriales que hacen necesaria esta distinción. Algunos serían el tiempo y el proceso de compra; las partes interesadas en la misma; la complejidad de las ofertas; el menor número de operaciones de compraventa, pero de mayor volumen, etc.

Este Curso Universitario de TECH dirigido a los ingenieros informáticos desarrolla una perspectiva global del Marketing Industrial, ofreciendo una visión de las distintas áreas: la planificación, el posicionamiento, el poder de la marca, la fuerza de ventas, las relaciones con el cliente y la red de distribución en el sector industrial, para mejorar y completar el desarrollo y capacitación de los alumnos.

Además, este programa cuenta con la ventaja de ser 100% online, lo que permitirá a los alumnos distribuir su tiempo de estudio, al no estar condicionado por horarios fijos ni tener la necesidad de trasladarse a otro lugar físico, pudiendo acceder a todos los contenidos en cualquier momento del día, equilibrando su vida laboral y personal con la académica.

Este **Curso Universitario en Marketing Industrial** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Las características más destacadas del programa son:

- ◆ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en informática
- ◆ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ◆ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ◆ Su especial hincapié en metodologías innovadoras en Marketing Industrial
- ◆ Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ◆ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



*TECH apuesta por los recursos prácticos como principal método para mejorar el aprendizaje”*

“

*Conviértete en un experto en Marketing Industrial, mejorando tu cualificación con este programa”*

Incluye, en su equipo docente, a profesionales pertenecientes al ámbito de la informática, que vierten en este programa la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará un estudio inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el alumno deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeos interactivos realizados por reconocidos expertos.

*Si buscas una oportunidad académica para especializarte en Marketing Industrial, este es tu sitio.*

*Este programa se imparte en modalidad 100% online, lo que será fundamental para compaginar tu estudio con el resto de tus obligaciones diaria.*



# 02 Objetivos

Al realizar este Curso Universitario en Marketing Industrial de TECH, los profesionales de la informática tendrán la oportunidad de adquirir un conocimiento exhaustivo sobre las principales herramientas y técnicas de Marketing que podrán utilizar para posicionar su marca en un mercado que se dirige más hacia otras empresas que hacia clientes finales. De esta manera, el principal objetivo es ofrecer esa cualificación superior a los alumnos que les ayude a situarse como profesionales de referencia en el sector.



MAR  
P

The background features a diagonal split between a teal and a light blue color. On the teal side, there is a close-up of a smartphone screen displaying network configuration details and a keyboard with various icons. On the light blue side, there are several white icons in hexagonal shapes, including a globe, gears, a bar chart, a checkmark, a play button, a question mark, a cloud, and a group of people. The word 'MARKETING' is partially visible in large, bold, grey letters on the right side.

# MARKETING PLAN

“

*Alcanza tus objetivos académicos en el ámbito del Marketing Industrial con la realización de este renovado Curso Universitario”*



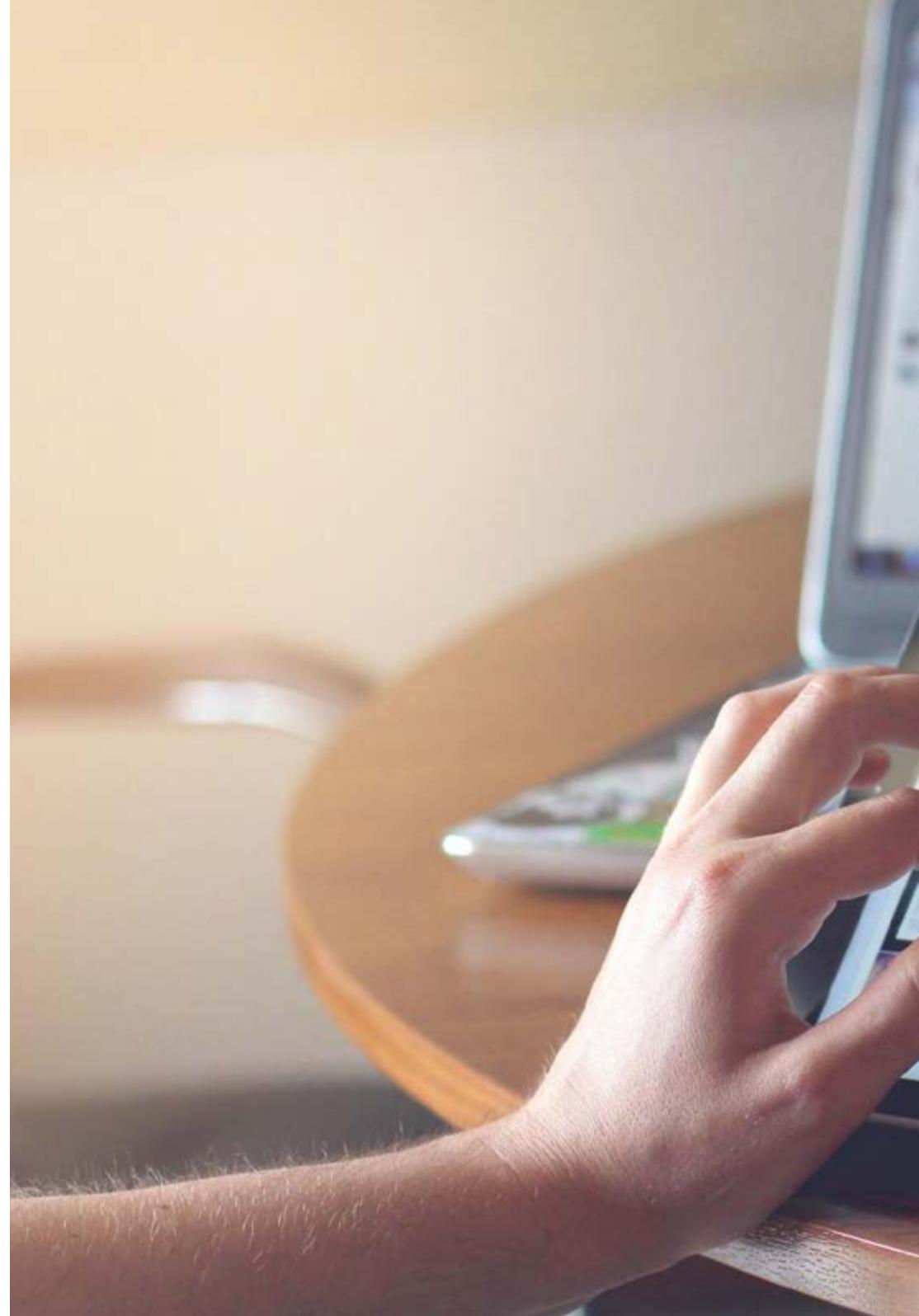
## Objetivos generales

---

- ◆ Determinar las claves para un Marketing eficaz en el mercado industrial
- ◆ Desarrollar una gestión comercial para crear relaciones rentables y duraderas con los clientes
- ◆ Generar conocimiento especializado para competir en un entorno globalizado y cada vez más complejo

“

*Un programa único que aborda los conceptos más novedosos del Marketing Industrial”*





## Objetivos específicos

---

- ◆ Determinar las particularidades del Marketing en el sector industrial
- ◆ Analizar qué es un plan de Marketing, la importancia de planificar, fijar objetivos y desarrollar estrategias
- ◆ Examinar las diferentes técnicas para obtener información y aprender del mercado en el entorno industrial
- ◆ Manejar estrategias de posicionamiento y segmentación
- ◆ Evaluar el valor de los servicios y la fidelización de clientes
- ◆ Establecer las diferencias entre el Marketing transaccional y el Marketing relacional en los mercados industriales
- ◆ Valorar el poder de la marca como un activo estratégico en un mercado globalizado
- ◆ Aplicar herramientas de comunicación industrial
- ◆ Determinar los distintos canales de distribución de las empresas industriales para poder diseñar una estrategia óptima de distribución
- ◆ Abordar la importancia de la fuerza de ventas en los mercados industriales

03

# Dirección del curso

Los docentes de este Curso Universitario en Marketing Industrial de TECH son profesionales con amplia experiencia en el sector, así como en el ámbito docente e investigativo, que han dedicado gran parte de su trayectoria profesional a especializarse en esta área. Personas involucradas con su trabajo que creen en la cualificación superior de los profesionales como principal método para alcanzar puestos de relevancia y convertirse en auténticos expertos en la materia.



“

*Aprende de la mano de los principales  
especialistas en Marketing Industrial”*

## Dirección



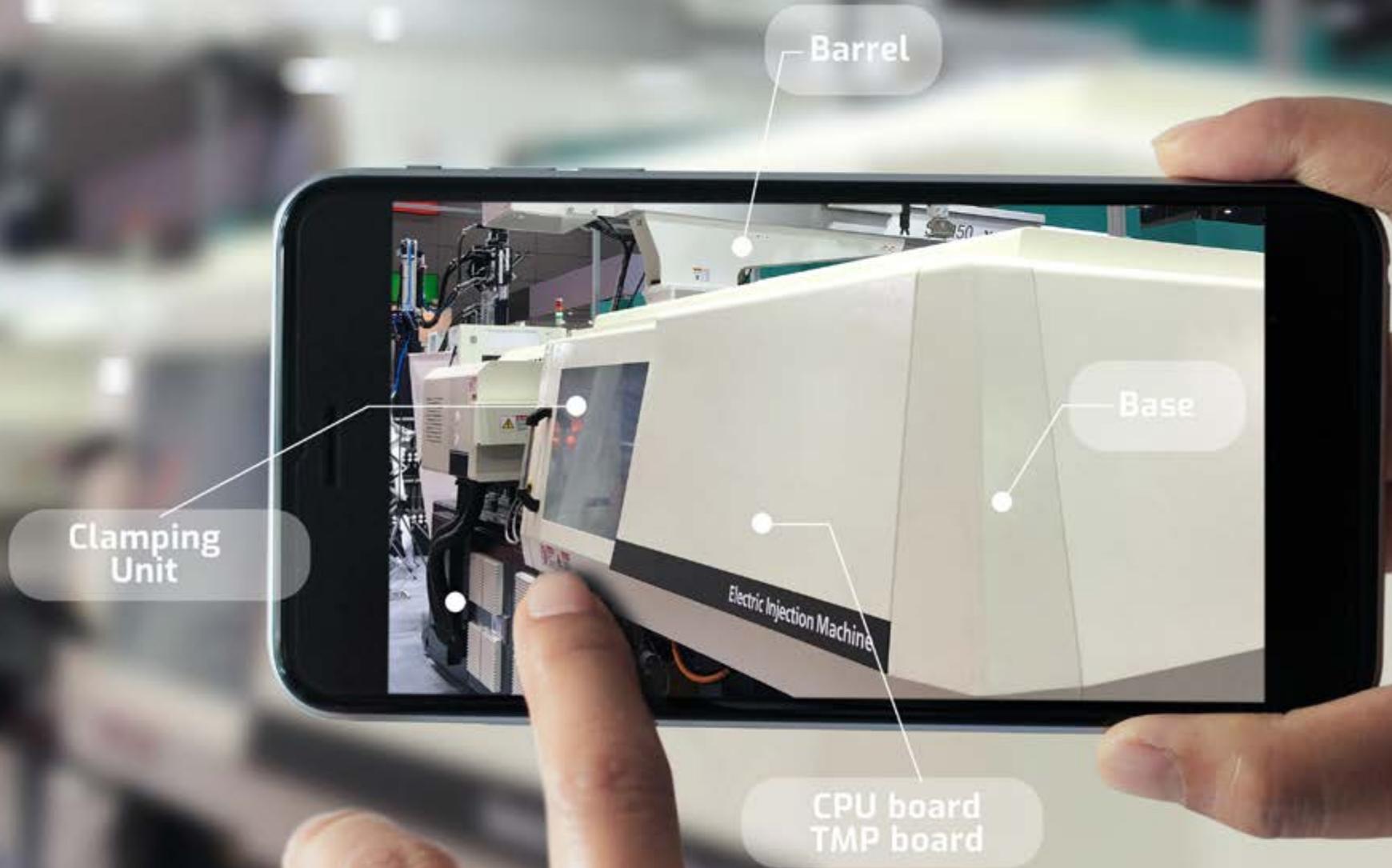
### Dña. Casares Andrés, María Gregoria

- ◆ Docente especialista en Investigación e Informática, Universidad Politécnica de Madrid
- ◆ Evaluadora y creadora cursos OCW Universidad Carlos III de Madrid
- ◆ Tutora cursos INTEF
- ◆ Técnico de Apoyo Consejería de Educación Dirección General de Bilingüismo y Calidad de la Enseñanza de la Comunidad de Madrid
- ◆ Profesora Secundaria especialidad Informática
- ◆ Profesora Asociada Universidad Pontificia de Comillas
- ◆ Experto Docente Comunidad de Madrid
- ◆ Analista/jefe de Proyecto Informática Banco Urquijo
- ◆ Analista Informática ERIA
- ◆ Profesora Asociada Universidad Carlos III de Madrid

## Profesores

### Dña. Alonso Castaño, Raquel

- ◆ Especialista en Sistemas de Telecomunicaciones, Universidad Carlos II, Madrid
- ◆ Máster universitario en formación del profesorado de Ed. Secundaria, bachillerato, FP e idiomas. Universidad Rey Juan Carlos de Madrid
- ◆ Programa de Alta Dirección para directivas y empresarias. Escuela de negocios CESMA
- ◆ Licenciatura en Investigación y Técnicas de mercado. Universidad Rey Juan Carlos de Madrid



# 04

# Estructura y contenido

El temario de este Curso Universitario en Marketing Industrial de TECH recopila la información más actualizada del momento en este campo, proporcionando al alumno un estudio contextual, con el que podrá enfrentarse a situaciones reales a través de sus múltiples casos prácticos. Un programa muy bien estructurado que le dará las claves para manejarse con éxito en la aplicación de técnicas y herramientas de Marketing que permitan posicionar de manera adecuada su negocio.



“

*Para triunfar en este campo necesitarás dedicación, trabajo y, sobre todo, un aprendizaje profundo en herramientas de Marketing, algo que TECH pone a tu disposición en este completísimo programa”*

## Módulo 1. Marketing industrial

- 1.1. Marketing y análisis del mercado industrial
  - 1.1.1. Marketing
  - 1.1.2. Comprensión del mercado y orientación al cliente
  - 1.1.3. Diferencias entre el Marketing industrial y el Marketing de consumo
  - 1.1.4. El mercado industrial
- 1.2. Planificación de Marketing
  - 1.2.1. Planificación estratégica
  - 1.2.2. Análisis del entorno
  - 1.2.3. Misión y objetivos de la empresa
  - 1.2.4. El plan de Marketing en empresas industriales
- 1.3. Gestión de la información de Marketing
  - 1.3.1. Conocimiento del cliente en el sector industrial
  - 1.3.2. Aprendizaje del mercado
  - 1.3.3. SIM (Sistema de Información de Marketing)
  - 1.3.4. Investigación comercial
- 1.4. Estrategias de Marketing
  - 1.4.1. Segmentación
  - 1.4.2. Evaluación y selección del mercado objetivo
  - 1.4.3. Diferenciación y posicionamiento
- 1.5. Marketing de relaciones en el sector industrial
  - 1.5.1. Creación de relaciones
  - 1.5.2. Del Marketing transaccional al Marketing relacional
  - 1.5.3. Diseño e implantación de una estrategia de Marketing relacional industrial
- 1.6. Creación de valor en el mercado industrial
  - 1.6.1. Marketing mix y *offering*
  - 1.6.2. Ventajas del *inbound marketing* en el sector industrial
  - 1.6.3. Propuesta de valor en los mercados industriales
  - 1.6.4. Proceso de compra industrial
- 1.7. Políticas de precio
  - 1.7.1. Política de precios
  - 1.7.2. Objetivos de la política de precios
  - 1.7.3. Estrategias de fijación de precios



- 1.8. Comunicación y marca en el sector industrial
  - 1.8.1. *Branding*
  - 1.8.2. Construcción de una marca en el mercado industrial
  - 1.8.3. Etapas en el desarrollo de la comunicación
- 1.9. Función comercial y ventas en mercados industriales
  - 1.9.1. Importancia de la gestión comercial en la empresa industrial
  - 1.9.2. Estrategia de la fuerza de ventas
  - 1.9.3. La figura del comercial en el mercado industrial
  - 1.9.4. Negociación comercial
- 10.1. Distribución en entornos industriales
  - 10.1.1. Naturaleza de los canales de distribución
  - 10.1.2. Distribución en el sector industrial: factor competitivo
  - 10.1.3. Tipos de canales de distribución
  - 10.1.4. Elección del canal de distribución

“

*Un programa diseñado para mejorar tu cualificación en el ámbito del Marketing Industrial”*

05

# Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

*TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”*

## El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo  
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



### Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

*El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”*

## Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



## Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

*El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.*



## Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



*La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”*

### La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

## La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos en la plataforma de reseñas Trustpilot, obteniendo un 4,9 de 5.

*Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.*

*Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.*



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



#### Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



#### Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



#### Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



#### Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





#### Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



#### Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



#### Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



#### Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



06

# Titulación

El Curso Universitario en Marketing Industrial garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a dos diplomas de Curso Universitario, uno expedido por TECH Global University y otro expedido por Universidad FUNDEPOS.



“

*Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”*

El programa del **Curso Universitario en Marketing Industrial** es el más completo del panorama académico actual. A su egreso, el estudiante recibirá un diploma universitario emitido por TECH Global University, y otro por Universidad FUNDEPOS.

Estos títulos de formación permanente y actualización profesional de TECH Global University y Universidad FUNDEPOS garantizan la adquisición de competencias en el área de conocimiento, otorgando un alto valor curricular al estudiante que supere las evaluaciones y acredite el programa tras cursarlo en su totalidad.

Este doble reconocimiento, de dos destacadas instituciones universitarias, suponen una doble recompensa a una formación integral y de calidad, asegurando que el estudiante obtenga una certificación reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Este mérito académico le posicionará como un profesional altamente capacitado y preparado para enfrentar los retos y demandas en su área profesional.

Título: **Curso Universitario en Marketing Industrial**

Modalidad: **online**

Duración: **6 semanas**

Acreditación: **6 ECTS**



\*Apostilla de la Haya. En caso de que el alumno solicite que su diploma de TECH Global University recabe la Apostilla de La Haya, TECH Universidad FUNDEPOS realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



## Curso Universitario Marketing Industrial

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **6 semanas**
- » Titulación: **TECH Universidad FUNDEPOS**
- » Acreditación: **6 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

# Curso Universitario Marketing Industrial

