



inforper

Marketing y Relaciones Públicas

Formación Bonificada

www.inforper.com

ALCALÁ DE GUADAÍRA
C/ Barrio Obrero, 3
955 613 192
📞 606 943 400
alcala@inforper.com

Nombre	Duración estimada
ACCIONES PROMOCIONALES ONLINE	15
ANÁLISIS BÁSICO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN EL PUNTO DE VENTA	20
ANÁLISIS DEL ESCAPARATE	25
ANÁLISIS DEL MACROENTORNO DEL MARKETING	15
ANÁLISIS DEL MICROENTORNO DEL MARKETING	10
ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN DE MERCADOS	40
ANÁLISIS Y TRATAMIENTO DE DATOS EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	20
ATENCIÓN AL CLIENTE Y CALIDAD DEL SERVICIO	25
AUTOEDICIÓN DE FOLLETOS Y MATERIALES DE COMUNICACIÓN SENCILLOS	5
BASES DE DATOS APLICABLES A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	40
BRIEFING DE PRODUCTOS Y/O MARCAS EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA	10
CEREMONIAL DE ACTOS Y EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN	10
CODIFICACIÓN Y TABULACIÓN DE DATOS E INFORMACIÓN DE MERCADOS	15
COMPORTAMIENTO Y ACTITUDES DEL ENCUESTADOR EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	15
CONTEXTO SOCIOPROFESIONAL DE LAS OPERACIONES DE COMERCIO Y MARKETING INTERNACIONAL (ALEMÁN)	25
CONTROL DE EMISIÓN DEL PLAN DE MEDIOS	10
CONTROL DE LA IMPLANTACIÓN DE PRODUCTOS EN EL PUNTO DE VENTA	25
CONTROL DE LAS ACCIONES PROMOCIONALES EN EL PUNTO DE VENTA	10
CONTROL Y EVALUACIÓN DE ACCIONES PROMOCIONALES	15
CONTROL Y EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DEL TRABAJO DE CAMPO DE UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	30
CONTROL Y SEGUIMIENTO DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN	20
CONTROL Y SEGUIMIENTO DE POLÍTICAS DE MARKETING	50
CUMPLIMENTACIÓN Y ESTRUCTURA DE LOS CUESTIONARIOS EN INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	30
DINAMIZACIÓN Y LIDERAZGO DEL EQUIPO DE ENCUESTADORES	30
DISEÑO DE CUESTIONARIOS EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	20
DISEÑO DE ENCUESTAS Y CUESTIONARIOS DE INVESTIGACIÓN	50
DISEÑO DE ESCAPARATES	75
DISEÑO DEL MONTAJE DE ESCAPARATES	100
DISEÑO DEL PLAN DE MEDIOS Y SOPORTE PUBLICITARIO	25
DISEÑO E IMAGEN DEL ESCAPARATE COMERCIAL	30
DISEÑO EXTERIOR DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL	15
DISEÑO INTERIOR DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL	20
DISTRIBUCIÓN Y DECORACIÓN DENTRO DEL COMERCIO	50
DOCUMENTACIÓN DE GESTIÓN COMERCIAL EN LENGUA EXTRANJERA (ALEMÁN), DISTINTA DEL INGLÉS	10
DOCUMENTACIÓN EN LENGUA EXTRANJERA, DISTINTA DEL INGLÉS, PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL	50

DOCUMENTACIÓN Y GESTIÓN ADUANERA EN CONTEXTOS INTERNACIONALES EN ALEMÁN	10
EJECUCIÓN E IMPLANTACIÓN DEL PLAN DE MARKETING	20
EJECUCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS	25
EL ARBITRAJE COMERCIAL INTERNACIONAL	10
EL CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL	15
EL CUESTIONARIO EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	10
EL MUESTREO EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	10
EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS (SIM)	10
ELABORACIÓN DE INFORMES EN INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS DE MERCADOS	50
ELABORACIÓN DE MATERIALES DE MARKETING Y COMUNICACIÓN SENCILLOS	35
ENTORNO E INFORMACIÓN DE MERCADOS	60
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	50
ESTRATEGIAS DE SERVICIOS	100
EVALUACIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MEDIOS	50
FUNDAMENTOS DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD	50
FUNDAMENTOS DE GESTIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE PARA TIENDAS	40
FUNDAMENTOS DE MARKETING	50
GESTIÓN DE COMUNIDADES VIRTUALES	100
GESTIÓN DE CONTENIDOS WEB	50
GESTIÓN DE OPERACIONES DE COMERCIO Y MARKETING INTERNACIONAL EN LENGUA EXTRANJERA, DISTINTA DEL INGLÉS (ALEMÁN)	25
GESTIÓN DE PRODUCTOS Y SURTIDO EN EL PUNTO DE VENTA	25
GESTIÓN DE PROVEEDORES	100
GESTIÓN DEL EQUIPO DE ENCUESTADORES	30
GESTIÓN Y ARCHIVO DE LA INFORMACIÓN DE MERCADOS	10
GESTIÓN Y CONTRATACIÓN DE ESPACIOS, MEDIOS Y PERSONAS PARA EVENTOS	20
GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE EQUIPOS DE ENCUESTADORES	75
GESTIÓN Y MANTENIMIENTO DE PÁGINAS WEB COMERCIALES	15
GESTIÓN Y MOTIVACIÓN DE LA RED DE VENTAS	20
HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA EL CÁLCULO DE VALORES Y TENDENCIAS DE MERCADO	5
IMAGEN E IDENTIDAD CORPORATIVA	20
IMPLANTACIÓN DE ESPACIOS COMERCIALES	100
IMPLANTACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	75
INCIDENCIAS EN EL PROCESO DE ENCUESTA/ENTREVISTA EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	15
INFORMES DE INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS DE MERCADO	20
INFORMES Y PRESENTACIONES COMERCIALES DE LA INFORMACIÓN DE MERCADOS	10
INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA	10
INVESTIGACIÓN Y RECOGIDA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS	60
LA CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE	25
LA COMUNICACIÓN COMERCIAL	25
LA ENCUESTA EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	10

LA GESTIÓN DEL MARKETING, PRODUCCIÓN Y CALIDAD EN LAS PYMES	25
LA IMPLANTACIÓN DE ESPACIOS COMERCIALES Y EL DESARROLLO VIRTUAL	10
LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	10
LA PERSUASIÓN A TRAVÉS DE LA IMAGEN	50
LA PUBLICIDAD EN CAMPAÑA	50
LAS AUDIENCIAS Y LA EVALUACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS	20
LENGUA EXTRANJERA ORAL Y ESCRITA, DISTINTA DEL INGLÉS, EN EL COMERCIO INTERNACIONAL	100
LOS CONTRATOS DE INTERMEDIACIÓN COMERCIAL	15
MARKETING DIGITAL Y COMUNICACIÓN EN LA WEB	15
MARKETING EN EL PUNTO DE VENTA	25
MARKETING ESTRATÉGICO	50
MARKETING INTERNACIONAL	50
MARKETING INTERNACIONAL Y VENTAS	50
MARKETING INTERNO Y COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA	50
MARKETING MANAGEMENT	50
MARKETING ORIENTADO A LA VENTA	75
MARKETING PARA PYMES	25
MARKETING PROMOCIONAL	20
MARKETING Y COMERCIAL EN COMPAÑÍAS AÉREAS Y AEROPUERTOS	50
MARKETING Y PROMOCIÓN EN EL PUNTO DE VENTA	75
MARKETING Y VENTAS	50
MERCHANDISING Y ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTA	10
MERCHANDISING Y TERMINAL PUNTO DE VENTA	75
METODOLOGÍAS DE ANÁLISIS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	100
MÉTODOS Y TIPOS DE ENCUESTA EN INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	30
MOBILE COMMERCE	50
MOBILE MARKETING	50
MONTAJE DE ESCAPARATES	75
NEGOCIACIÓN DE OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL	15
NEGOCIACIÓN DE OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL EN LENGUA EXTRANJERA, DISTINTA DEL INGLÉS (ALEMÁN)	20
NEGOCIACIÓN Y CONTRATACIÓN INTERNACIONAL	100
ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN	75
ORGANIZACIÓN DEL LINEAL EN EL PUNTO DE VENTA	20
ORGANIZACIÓN DEL MONTAJE DEL ESCAPARATE COMERCIAL	25
ORGANIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA ORIENTADO AL CLIENTE	25
ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	5
ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO DE IMPLANTACIÓN DEL PUNTO DE VENTA	10
OTRAS MODALIDADES CONTRACTUALES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL	15
PERSONAL SHOPPER	75
PLAN DE MARKETING EMPRESARIAL	75
PLAN DE MARKETING Y ORGANIZACIÓN DE VENTAS	35
PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN E INTERNET	75

PLAN E INFORMES DE MARKETING INTERNACIONAL	50
PLAN OPERATIVO Y ACCIONES DE MARKETING INTERNACIONAL	10
PLANIFICACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN	20
PLANIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	75
PLANIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	15
PLANIFICACIÓN DE MARKETING EN UN PLAN DE MARKETING EMPRESARIAL	15
PLANIFICACIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL	25
PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO DE UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	30
POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL	15
POLÍTICA DE COMUNICACIÓN EN UN PLAN DE MARKETING EMPRESARIAL	15
POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN EN EL MARKETING INTERNACIONAL	20
POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN EN UN PLAN DE MARKETING EMPRESARIAL	15
POLÍTICA DE PRECIO EN EL MARKETING INTERNACIONAL	15
POLÍTICA DE PRECIOS EN UN PLAN DE MARKETING EMPRESARIAL	15
POLÍTICA DE PRODUCTO EN EL MARKETING INTERNACIONAL	25
POLÍTICA DEL PRODUCTO EN UN PLAN DE MARKETING EMPRESARIAL	15
POLÍTICAS DE MARKETING INTERNACIONAL	100
PRESENTACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	15
PRESENTACIONES COMERCIALES EN LENGUA EXTRANJERA, DISTINTA DEL INGLÉS (ALEMÁN)	20
PRESUPUESTO Y COSTE DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	15
PRINCIPIOS Y REGLAS EN LA ELABORACIÓN DE ESTUDIOS DE MERCADO Y OPINIÓN	10
PROCEDIMIENTOS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN PRIMARIA EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	10
PROCESADORES DE TEXTOS Y PRESENTACIONES DE INFORMACIÓN BÁSICOS	75
PROGRAMACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO DE LA INVESTIGACIÓN	75
PROMOCIÓN EN EL PUNTO DE VENTA	40
PROMOCIONES COMERCIALES Y EL PUNTO DE VENTA ONLINE	70
PROMOCIONES EN ESPACIOS COMERCIALES	75
PROPAGANDA CLÁSICA	50
PROTOCOLO EN EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN	50
PROTOCOLO Y COMUNICACIÓN PERSONAL Y CORPORATIVA	20
REALIZACIÓN DE ENCUESTAS	75
RED DE VENTAS Y PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	50
REDACCIÓN EN LENGUA EXTRANJERA, DISTINTA DEL INGLÉS (ALEMÁN), DE INFORMES Y CORRESPONDENCIA COMERCIAL	10
REDES SOCIALES Y MARKETING 2.0	60
REGULACIÓN Y CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS EN PUBLICIDAD	15
RESOLUCIÓN DE INCIDENCIAS EN LAS ENCUESTAS	50
SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING	10
SELECCIÓN DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN DE MERCADOS	15
SEO Y SEM	50
SOCIAL MEDIA	50

TÉCNICAS DE ANÁLISIS ESTADÍSTICO APLICABLE A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	35
TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES COMERCIALES INTERNACIONALES	15
TÉCNICAS DE DISEÑO GRÁFICO CORPORATIVO	75
TÉCNICAS DE MUESTREO EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	30
TECNICAS DE VENTAS TELEFÓNICAS EN TELEMARKETING	40
TÉCNICAS Y MEDIOS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	20
TENDENCIAS, ESTILOS Y TIPOS DE ESCAPARATES	75
TRATAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE MERCADOS	60