

La manera más sencilla de que crezca  
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN  
FORMACIÓN**



# Dirección y estrategias de ventas e intermediación comercial - Gestión comercial de ventas

Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

Objetivos:

Obtener los datos e información comercial que permita la definición de distintas estrategias y planes comerciales de acuerdo con unos objetivos establecidos.

Organizar la información y datos comerciales obtenidos de productos, servicios, clientes y competencia de forma que se garantice su integridad, utilización y actualización periódica utilizando aplicaciones informáticas adecuadas.

Analizar la información comercial aplicando las técnicas de análisis adecuadas para la detección de oportunidades de negocio y definición de planes de venta efectivos.

Determinar los elementos de los contratos y acuerdos comerciales con intermediarios, fabricantes y clientes, según la normativa vigente y usos habituales del sector, con y sin exclusividad, discriminando las obligaciones y derechos que derivan a las partes.

Aplicar técnicas de control de productos y gestión de pedidos habituales en la gestión comercial de ventas para asegurar el abastecimiento y capacidad de prestación del servicio.

Contenidos:

Marco económico del comercio y la intermediación comercial

El sector del comercio y la intermediación comercial.

El sistema de distribución comercial en la economía.

Fuentes de información comercial.



La manera más sencilla de que crezca  
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN  
FORMACIÓN**



El comercio electrónico.

Oportunidades y puesta en marcha de la actividad de ventas e intermediación

El entorno de la actividad.

Análisis de mercado.

Oportunidades de negocio.

Formulación del plan de negocio.

Marco jurídico y contratación en el comercio e intermediación comercial

Concepto y normas que rigen el comercio en el contexto jurídico.

Formas jurídicas para ejercer la actividad por cuenta propia.

El contrato de agencia comercial.

El código deontológico del agente comercial.

Otros contratos de intermediación.

Trámites administrativos previos para ejercer la actividad.

Dirección comercial y logística comercial

Planificación y estrategias comerciales.

Promoción de ventas.

La logística comercial en la gestión de ventas de productos y servicios.

Registro, gestión y tratamiento de la información comercial, de clientes, productos y/o servicios comerciales.

Redes al servicio de la actividad comercio.