

Curso Online en Técnicas Comerciales

Modalidad:

e-learning con una duración 84 horas

Objetivos:

- Obtener información para el plan de actuación comercial de acuerdo con las especificaciones contenidas en la estrategia comercial de la organización.
- Elaborar informes con las conclusiones derivadas de la información procedente de los clientes, la competencia, el producto y los recursos humanos y materiales que concurren en la actividad comercial, para facilitar la toma de decisiones sobre estrategias comerciales.
- Liderar el equipo de comerciales facilitando su implicación y motivación para favorecer el cumplimiento de los objetivos del plan de ventas, valores e identidad corporativa.
- Programar la actuación en la venta a partir de parámetros comerciales definidos y el posicionamiento de empresa/entidad.
- Conocer la logística comercial en la gestión de ventas.
- Realizar análisis de mercado para conocer las oportunidades existentes.

Contenidos:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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
El comercio electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. 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
Tramites administrativos previos para ejercer la actividad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. 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 comercial