








DIRECCIÓN Y ESTRATEGIAS DE VENTAS E INTERMEDIACION COMERCIAL



	ONLINE		
	Duración: 50 H	Horas presenciales: 0 H	Horas online: 50 H
	Familia: ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN Área: NO PRL		
	Dirigido a: Trabajadores, personas desempleadas, autónomos, personal de dirección, etc. que deseen adquirir, mejorar o afianzar los conocimientos teórico-prácticos relacionados con su puesto de trabajo o su pasada, presente o futura trayectoria laboral, con una formación académica acorde con las exigencias requeridas para realizar la acción formativa con aprovechamiento.		
	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.		
	Metodología: Metodología basada en la realización de la formación a través de una plataforma de teleformación o e-learning, permitiendo al alumn@ interactuar con el tutor/a, a través de tutorías personalizadas y otras herramientas como chat, foros, etc., desde un desarrollo planificado y sistematizado de la acción formativa, permitiendo al alumno realizar la formación desde cualquier lugar y a en todas las franjas horarias, evitando así desplazamientos pudiendo conciliar vida familiar y laboral. El contenido se basa en paquetes SCORM, vídeos, actividades, exámenes, etc.		
	Contenidos: UD1. Marco económico del comercio y la intermediación comercial. 1.1. El sector del comercio y la intermediación comercial.		

- 1.2. El sistema de distribución comercial en la economía.
- 1.3. Fuentes de información comercial.
- 1.4. El comercio electrónico.
- UD2. Oportunidades y puesta en marcha de la actividad de ventas e intermediación.
 - 2.1. El entorno de la actividad.
 - 2.2. Análisis de mercado.
 - 2.3. Oportunidades de negocio.
 - 2.4. Formulación del plan de negocio.
- UD3. Marco jurídico y contratación en el comercio e intermediación comercial.
 - 3.1. Concepto y normas que rigen el comercio en el contexto jurídico.
 - 3.2. Formas jurídicas para ejercer la actividad por cuenta propia.
 - 3.3. El contrato de agencia comercial.
 - 3.4. El código deontológico del agente comercial.
 - 3.5. Otros contratos de intermediación.
 - 3.6. Trámites administrativos previos para ejercer la actividad.
- UD4. Dirección comercial y logística comercial.
 - 4.1. Planificación y estrategias comerciales.
 - 4.2. Promoción de ventas.
 - 4.3. La logística comercial en la gestión de ventas de productos y servicios.
 - 4.4. Registro gestión y tratamiento de la información comercial de clientes productos y/o servicios comerciales.
 - 4.5. Redes al servicio de la actividad comercial.