INESEM

BUSINESS SCHOOL

Gestión Comercial de Ventas (Online)

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Gestión Comercial de Ventas (Online)

duración total: 610 horas ***horas teleformación:*** 305 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

En la actualidad, en el mundo del comercio y marketing, es muy importante conocer la gestión comercial de ventas dentro del área profesional de la compraventa. Por ello, con el presente curso se trata de aportar los conocimientos necesarios para las promociones comerciales, la organización comercial, las operaciones de venta, la gestión de la fuerza de ventas y equipos comerciales y el inglés profesional para actividades comerciales.

a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Obtener y procesar la información necesaria para la definición de estrategias y actuaciones comerciales.
- Gestionar la fuerza de ventas y coordinar al equipo de comerciales.
- Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.
- Organizar y controlar las acciones promocionales en espacios comerciales.
- Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en actividades comerciales.

para qué te prepara

La presente formación se ajusta al itinerario formativo del Certificado de Profesionalidad COMT0411 Gestión Comercial de Ventas certificando el haber superado las distintas Unidades de Competencia en él incluidas, y va dirigido a la acreditación de las Competencias profesionales adquiridas a través de la experiencia laboral y de la formación no formal, vía por la que va a optar a la obtención del correspondiente Certificado de Profesionalidad, a través de las respectivas convocatorias que vayan publicando las distintas Comunidades Autónomas, así como el propio Ministerio de Trabajo (Real Decreto 1224/2009 de reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral).

salidas laborales

Desarrolla su actividad profesional, en contacto directo con el cliente o a través de las tecnologías de la información y comunicación, en establecimientos o sucursales comerciales, departamentos comerciales o de venta y en empresas de marketing, contact y call center y, en general, empresas de marketing relacional o contactos transaccionales.

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).

INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La direccion General — Firma del alumno/a

MARIA MORENO HIDALGO — Sello — NOMBRE DEL ALUMNO/A

forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'MF1002_2 Inglés Profesional para Actividades Comerciales'
- Manual teórico 'UF0032 Venta Online'
- Manual teórico 'UF0030 Organización de Procesos de Venta'
- Manual teórico 'UF0031 Técnicas de Venta'
- Manual teórico 'MF1001_3 Gestión de la Fuerza de Ventas y Equipos Comerciales'
- Manual teórico 'MF0503_3 Promociones Comerciales'
- Manual teórico 'UF1723 Dirección y Estrategias de la Actividad e Intermediación Comercial'
- Manual teórico 'UF1724 Gestión Económico-Financiera Básica de la Actividad de Ventas e Intermediación

Cuaderno
de Ejercicios
Manual
de Alumno
INESEM
FORMACIÓN
CONTINUA EU

profesorado y servicio de tutorías

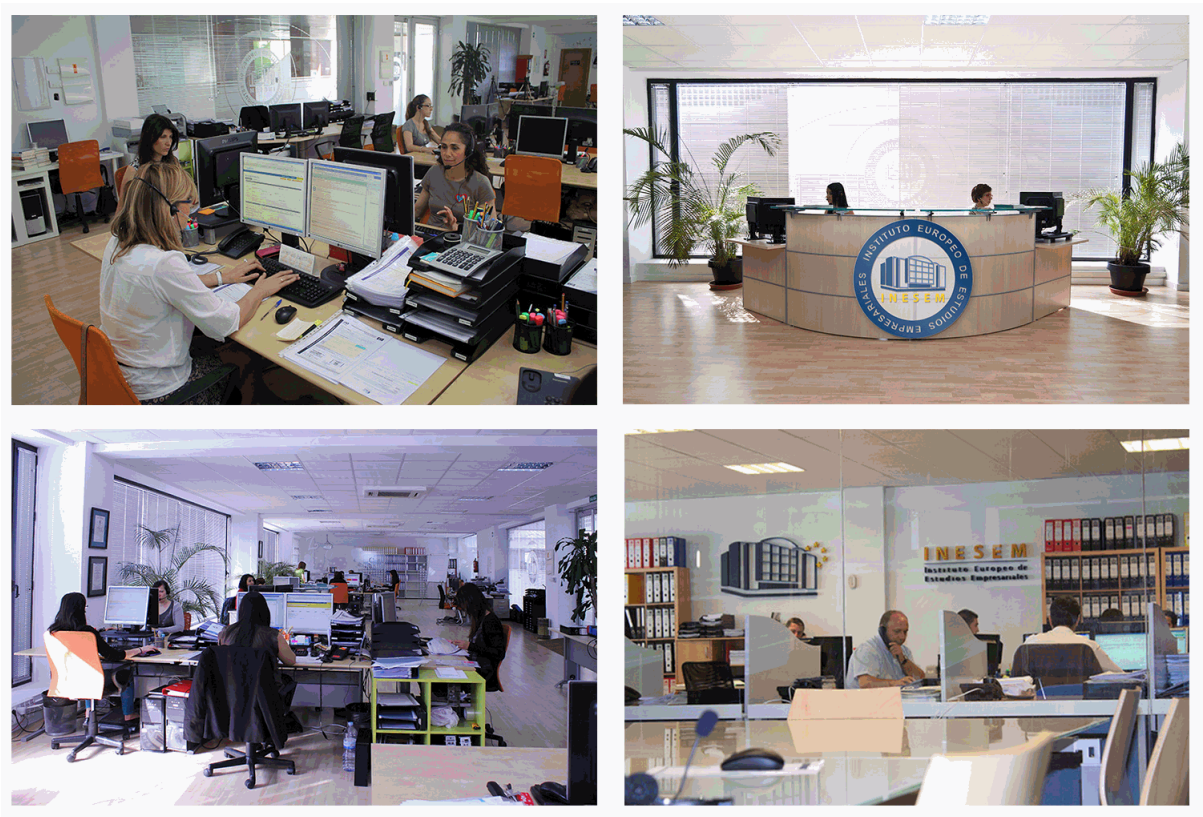
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio.
Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional.
Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail**: El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono**: Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual**: El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de inesem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

+ Información Gratis

programa formativo

MÓDULO 1. MF1000_3 ORGANIZACIÓN COMERCIAL

UNIDAD FORMATIVA 1. UF1723 DIRECCIÓN Y ESTRATEGIAS DE VENTAS E INTERMEDIACIÓN COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARCO ECONÓMICO DEL COMERCIO Y LA INTERMEDIACIÓN COMERCIAL

1.El sector del comercio y la intermediación comercial.
2.El sistema de distribución comercial en la economía:
3.Fuentes de información comercial.
4.El comercio electrónico.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. OPORTUNIDADES Y PUESTA EN MARCHA DE LA ACTIVIDAD DE VENTAS E INTERMEDIACIÓN

1.El entorno de la actividad.
2.Análisis de mercado.
3.Oportunidades de negocio.
4.Formulación del plan de negocio.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARCO JURÍDICO Y CONTRATACIÓN EN EL COMERCIO E INTERMEDIACIÓN COMERCIAL.

1.Concepto y normas que rigen el comercio en el contexto jurídico.
2.Formas jurídicas para ejercer la actividad por cuenta propia.
3.El contrato de agencia comercial.
4.El código deontológico del agente comercial.
5.Otros contratos de intermediación.
6.Tramites administrativos previos para ejercer la actividad.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIRECCIÓN COMERCIAL Y LOGÍSTICA COMERCIAL.

1.Planificación y estrategias comerciales.
2.Promoción de ventas.
3.La logística comercial en la gestión de ventas de productos y servicios.
4.Registro, gestión y tratamiento de la información comercial, de clientes, productos y/o servicios comerciales.
5.Redes al servicio de la actividad comercial.

UNIDAD FORMATIVA 2. UF1724 GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA BÁSICA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE VENTAS E INTERMEDIACIÓN COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRESUPUESTOS Y CONTABILIDAD BÁSICA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL.

1.Concepto y finalidad del presupuesto
2.Clasificación de los presupuestos.
3.El presupuesto financiero.
4.Estructura y modelos de los estados financieros previsionales.
5.Características de las principales magnitudes contables y masas patrimoniales.
6.El equilibrio patrimonial y sus efectos sobre la actividad.
7.Estructura y contenido básico de los estados financiero-contables previsionales y reales.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FINANCIACIÓN BÁSICA Y VIABILIDAD ECONÓMICA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

1.Fuentes de financiación de la actividad.
2.Instrumentos básicos de análisis económico-financiero de la actividad.
3.El Seguro.
4.Aplicaciones informática para la gestión económico-financiera básica.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y DOCUMENTAL DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

1.Organización y archivo de la documentación.
2.Facturación.

+ Información Gratis

3.Documentación relacionada con la Tesorería.
4.Comunicación interna y externa.
5.Organización del trabajo comercial.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN CONTABLE, FISCAL Y LABORAL BÁSICA EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL.

1.Gestión contable básica.
2.Gestión fiscal básica.
3.Gestión laboral básica.
4.Aplicaciones informáticas de gestión contable, fiscal y laboral.

MÓDULO 2. MF1001_3 GESTIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS Y EQUIPOS COMERCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DETERMINACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS.

1.Definición y conceptos clave.
2.Establecimiento de los objetivos de venta
3.Predicción de los objetivos ventas.
4.El sistema de dirección por objetivos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. RECLUTAMIENTO Y RETRIBUCIÓN DE VENDEDORES

1.El reclutamiento del vendedor.
2.El proceso de selección de vendedores.
3.Sistemas de retribución de vendedores.
4.La acogida del vendedor en la empresa.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LIDERAZGO DEL EQUIPO DE VENTAS

1.Dinamización y dirección de equipos comerciales.
2.Estilos de mando y liderazgo.
3.Las funciones de un líder.
4.La Motivación y reanimación del equipo comercial.
5.El líder como mentor.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ORGANIZACIÓN Y CONTROL DEL EQUIPO COMERCIAL

1.Evaluación del desempeño comercial:
2.Las variables de control.
3.Los parámetros de control.
4.Los instrumentos de control.
5.Análisis y evaluación del desempeño de los miembros del equipo comercial.
6.Evaluación general del plan de ventas llevado a cabo y de la satisfacción del cliente.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FORMACIÓN Y HABILIDADES DEL EQUIPO DE VENTAS

1.Necesidad de la formación del equipo.
2.Modalidades de la formación,
3.La formación inicial del vendedor.
4.La formación permanente del equipo de ventas.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN EL EQUIPO COMERCIAL.

1.Teoría del conflicto en entornos de trabajo.
2.Identificación del conflicto.
3.La resolución del conflicto.

MÓDULO 3. MF0239_2 OPERACIONES DE VENTA

UNIDAD FORMATIVA 1. UF0030 ORGANIZACIÓN DE PROCESOS DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DEL ENTORNO COMERCIAL

1.Fórmulas y formatos comerciales.
2.Evolución y tendencias de la comercialización y distribución comercial. Fuentes de información y actualización comercial.

+ Información Gratis

3.Estructura y proceso comercial en la empresa.
4.Posicionamiento e imagen de marca del producto, servicio y los establecimientos comerciales.
5.Derechos del consumidor.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE LA VENTA PROFESIONAL

1.El vendedor profesional.
2.Organización del trabajo del vendedor profesional.
3.Manejo de las herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DOCUMENTACIÓN PROPIA DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

1.Documentos comerciales.
2.Documentos propios de la compraventa.
3.Normativa y usos habituales en la elaboración de la documentación comercial.
4.Elaboración de la documentación.
5.Aplicaciones informáticas para la elaboración y organización de la documentación comercial.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CÁLCULO Y APLICACIONES PROPIAS DE LA VENTA

1.Operativa básica de cálculo aplicado a la venta.
2.Cálculo de PVP (Precio de venta al público).
3.Estimación de costes de la actividad comercial.
4.Fiscalidad.
5.Cálculo de descuentos y recargos comerciales.
6.Cálculo de rentabilidad y margen comercial.
7.Cálculo de comisiones comerciales.
8.Cálculo de cuotas y pagos aplazados: intereses.
9.Aplicaciones de control y seguimiento de pedidos, facturación y cuentas de clientes.
10.Herramientas e instrumentos para el cálculo aplicados a la venta.

UNIDAD FORMATIVA 2. UF0031 TÉCNICAS DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESOS DE VENTA

1.Tipos de venta.
2.Fases del proceso de venta.
3.Preparación de la venta.
4.Aproximación al cliente.
5.Análisis del producto/servicio.
6.Características del producto según el CVP (Ciclo del vida de producto)
7.El argumentario de ventas.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA

1.Presentación y demostración del producto/servicio.
2.Demostraciones ante un gran número de clientes.
3.Argumentación comercial.
4.Técnicas para la refutación de objeciones.
5.Técnicas de persuasión a la compra.
6.Ventas cruzadas.
7.Técnicas de comunicación aplicadas a la venta.
8.Técnicas de comunicación no presenciales.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1.La confianza y las relaciones comerciales:
2.Estrategias de fidelización.
3.Externalización de las relaciones con clientes. telemarketing.
4.Aplicaciones de gestión de relaciones con el cliente (CRM).

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y RECLAMACIONES PROPIOS DE LA VENTA.

1.Conflictos y reclamaciones en la venta.

2.Gestión de quejas y reclamaciones.
3.Resolución de reclamaciones.

UNIDAD FORMATIVA 3. UF0032 VENTA ONLINE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTERNET COMO CANAL DE VENTA

1.Las relaciones comerciales a través de Internet.
2.Utilidades de los sistemas online.
3.Modelos de comercio a través de Internet.
4.Servidores online.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO COMERCIAL DE PÁGINAS WEB

1.El internauta como cliente potencial y real.
2.Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas web.
3.Tiendas virtuales.
4.Medios de pago en Internet.
5.Conflictos y reclamaciones de clientes.
6.Aplicaciones a nivel usuario para el diseño de páginas web comerciales: gestión de contenidos.

MÓDULO 4. MF0503_3 PROMOCIONES COMERCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROMOCIÓN EN EL PUNTO DE VENTA

1.Comunicación comercial.
2.Planificación de actividades promocionales según el público objetivo.
3.La promoción del fabricante y del establecimiento.
4.Formas de promoción dirigidas al consumidor.
5.Selección de acciones.
6.Animación de puntos calientes y fríos en el establecimiento comercial.
7.Utilización de aplicaciones informáticas de gestión de proyectos/tareas.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MERCHANDISING Y ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

1.Definición y alcance del merchandising.
2.Tipos de elementos de publicidad en el punto de venta.
3.Técnicas de rotulación y serigrafía.
4.Mensajes promocionales.
5.Aplicaciones informáticas para la autoedición de folletos y carteles publicitarios.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTROL DE LAS ACCIONES PROMOCIONALES

1.Criterios de control de las acciones promocionales.
2.Cálculo de índices y ratios económico-financieros
3.Análisis de resultados
4.Aplicación de medidas correctoras en el punto de venta.
5.Utilización de hojas de cálculo informático para la organización y control del trabajo.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ACCIONES PROMOCIONALES ONLINE

1.Internet como canal de información y comunicación de la empresa/establecimiento.
2.Herramientas de promoción online, sitios y estilos web para la promoción de espacios virtuales.
3.Páginas web comerciales e informacionales
4.Elementos de la tienda y/o espacio virtual
5.Elementos de la promoción on line.

MÓDULO 5. MF1002_2 INGLÉS PROFESIONAL PARA ACTIVIDADES COMERCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR EN INGLÉS.

1.Terminología específica en las relaciones comerciales con clientes.
2.Usos y estructuras habituales en la atención al cliente/consumidor.
3.Diferenciación de estilos formal e informal en la comunicación comercial oral y escrita.

+ Información Gratis

4.Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes/consumidores.
5.Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA EN INGLÉS.

1.Presentación de productos/servicios:
2.Pautas y convenciones habituales para la detección de necesidades de los clientes/consumidores.
3.Fórmulas para la expresión y comparación de condiciones de venta.
4.Fórmulas para el tratamiento de objeciones del cliente/consumidor.
5.Estructuras sintácticas y usos habituales en la venta telefónica.
6.Simulación de situaciones comerciales habituales con clientes: presentación de productos/servicios, entre otros.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN COMERCIAL ESCRITA EN INGLÉS.

1.Estructura y terminología habitual en la documentación comercial básica.
2.Cumplimentación de documentación comercial básica en inglés.
3.Redacción de correspondencia comercial.
4.Estructura y fórmulas habituales en la elaboración de documentos de comunicación interna en la empresa en ingl
5.Elaboración de informes y presentaciones comerciales en inglés.
6.Estructuras sintácticas utilizadas habitualmente en el comercio electrónico para incentivar la venta.
7.Abreviaturas y usos habituales en la comunicación escrita con diferentes soportes.