



ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN COMERCIAL

ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN COMERCIAL

Duración: 60 horas

Precio: CONSULTAR euros

Modalidad: e-learning

Objetivos:

Este curso permite adquirir los conocimientos necesarios para el buen desempeño de la administración y gestión de operaciones comerciales. Se exponen conocimientos generales de la materia, al igual que trata de forma específica, de conceptos imprescindibles para una buena conclusión de trabajos comerciales. Este curso, pretende consolidar y mejorar los conocimientos sobre una correcta gestión comercial de ventas.

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un acceso a una plataforma de teleformación de última generación con un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

Requisitos previos:

No hay requisitos previos ni profesionales ni formativos

Salidas profesionales:

Esta formación está encaminada a obtener una mejor cualificación y competencia profesional.

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licenciados/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadores/as sociales etc...

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

- Por el aula virtual, si su curso es on line
- Por e-mail
- Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.

Titulación:

Al finalizar el curso obtendrás un certificado de realización y aprovechamiento del curso según el siguiente modelo:



Programa del curso:

1 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

2 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
- 2.5 Cuestionario: Cuestionario de evaluación

3 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 para ejercer la actividad

4 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
- 4.5 Redes al servicio de la actividad comercial
- 4.6 Cuestionario: Cuestionario de evaluación

5 PRESUPUESTO Y CONTABILIDAD BÁSICA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

- 5.1 Concepto y finalidad del presupuesto
- 5.2 Clasificación de los presupuestos
- 5.3 El presupuesto financiero
- 5.4 Estructura y modelos de los estados financieros provisionales
- 5.5 Características de las principales magnitudes contables y masas patrimoniales
- 5.6 El equilibrio patrimonial y sus efectos sobre la actividad
- 5.7 Estructura y contenido básico de los estados financieros-contables provisionales y reales

6 FINANCIACIÓN BÁSICA Y VIABILIDAD ECONOMICA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

- 6.1 Fuentes de Financiación de la actividad
- 6.2 Instrumentos básicos de análisis económico-financiero de la actividad
- 6.3 El Seguro
- 6.4 Aplicaciones informáticas para la gestión económico-financiera básica
- 6.5 Cuestionario: Cuestionario de evaluación

7 GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y DOCUMENTAL DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

- 7.1 Organización y archivo de la documentación
- 7.2 Facturación
- 7.3 Documentación relacionada con la Tesorería
- 7.4 Comunicación interna y externa
- 7.5 Organización del trabajo comercial

8 GESTIÓN CONTABLE, FISCAL Y LABORAL BÁSICA EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL

- 8.1 Gestión contable básica
- 8.2 Gestión fiscal básica
- 8.3 Gestión laboral básica
- 8.4 Aplicaciones informáticas de gestión contable, fiscal y laboral
- 8.5 Cuestionario: Cuestionario de evaluación

9 ORGANIZACIÓN DEL ENTORNO COMERCIAL

- 9.1 Estructura del entorno comercial
- 9.2 Fórmulas y formatos comerciales
- 9.3 Evolución y tendencias de la comercialización y distribución comercial
- 9.4 Estructura y proceso comercial en la empresa
- 9.5 Posicionamiento e imagen de marca
- 9.6 Normativa general sobre comercio
- 9.7 Derechos del consumidor

10 GESTIÓN DE LA VENTA PROFESIONAL

- 10.1 El vendedor profesional
- 10.2 Organización del trabajo del vendedor profesional
- 10.3 Manejo de las herramientas de gestión
- 10.4 Cuestionario: Cuestionario de evaluación

11 DOCUMENTACIÓN PROPIA DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

- 11.1 Documentos comerciales
- 11.2 Documentos propios de la compraventa
- 11.3 Normativa y usos habituales en la elaboración de la documentación comercial
- 11.4 Elaboración de la documentación
- 11.5 Aplicaciones informáticas para la documentación comercial

12 CÁLCULO Y APLICACIONES PROPIAS DE LA VENTA

- 12.1 Operativa básica de cálculo aplicado a la venta
- 12.2 Cálculo de PVP
- 12.3 Estimación de costes de la actividad comercial

12.4 FISCALIDAD

- 12.5 Cálculo de descuentos y recargos comerciales
- 12.6 Cálculo de rentabilidad y margen comercial
- 12.7 Cálculo de comisiones comerciales
- 12.8 Cálculo de cuotas y pagos aplazados - intereses
- 12.9 Control y seguimiento de costes de márgenes y precios
- 12.10 Herramientas e instrumentos para el cálculo aplicados a la venta
- 12.11 Cuestionario: Cuestionario de evaluación

13 PROCESOS DE VENTA

- 13.1 Tipos de venta
- 13.2 Fases del proceso de venta
- 13.3 Preparación de la venta
- 13.4 Aproximación al cliente
- 13.5 Análisis del producto o servicio
- 13.6 El argumentario de ventas

14 APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA

- 14.1 Presentación y demostración del producto-servicio
- 14.2 Demostración ante un gran número de clientes
- 14.3 Argumentación comercial
- 14.4 Técnicas para la refutación de objeciones
- 14.5 Técnicas de persuasión a la compra
- 14.6 Ventas cruzadas
- 14.7 Técnicas de comunicación aplicadas a la venta
- 14.8 Técnicas de comunicación no presenciales
- 14.9 Cuestionario: Cuestionario de evaluación

15 SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

- 15.1 La confianza y las relaciones comerciales
- 15.2 Estrategias de fidelización
- 15.3 Externalización de las relaciones con clientes - telemarketing
- 15.4 Aplicaciones de gestión de relaciones con el cliente

16 CONFLICTOS Y RECLAMACIONES EN LA VENTA

- 16.1 Conflictos y reclamaciones en la venta
- 16.2 Gestión de quejas y reclamaciones
- 16.3 Resolución de reclamaciones
- 16.4 Cuestionario: Cuestionario de evaluación
- 16.5 Cuestionario: Cuestionario final