Dirección y estrategias de la actividad e intermediación comercial.

Área: COMERCIO Y MARKETING
Modalidad: Teleformación
Duración: 60 h
Precio: 30.00€

Curso Bonificable
Contactar
Recomendar
Matricularme

CÓDIGO

UF1723

CONTENIDOS

1. Marco económico del comercio y la intermediación comercial

####

1.1. El sector del comercio y la intermediación comercial:

####

1.1.1. Características del comercio al por menor.

####

1.1.2. Características del comercio al por mayor.

####

1.1.3. Intermediación comercial: figuras habituales y características.

####

1.2. El sistema de distribución comercial en la economía:

####

1.2.1. Factores y funciones de la distribución.

####

1.2.2. Formas y canal de distribución

####

1.2.3. Los intermediarios y sus funciones.

####

1.2.4. La gestión del canal de distribución.

####

1.2.5. Relaciones en el canal de distribución.

####

1.3. Fuentes de información comercial.

####

1.4. El comercio electrónico:

####

1.4.1. Relaciones comerciales entre empresas (B2B) y

####

1.4.2. Relaciones comerciales con clientes (B2C).

####

1.4.3. Relaciones y trámites con la administración (B2A).

####

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

####

2.1. El entorno de la actividad:

####

2.1.1. El microentorno.

####

2.1.2. El macroentorno.

####

2.2. Análisis de mercado:

####

2.2.1. La identificación de segmentos de mercado: el público objetivo.

####

2.2.2. El análisis de la competencia.

####

2.2.3. Posicionamiento estratégico y cuotas de mercado.

####

2.3. Oportunidades de negocio:

####

2.3.1. La necesidad de intermediación y comercialización.

####

2.3.2. Externalización de la fuerza de ventas y atención al cliente.

####

2.3.3. Análisis DAFO de las oportunidades de negocio.

####

2.4. Formulación del plan de negocio:

####

2.4.1. Objetivos y metas.

####

2.4.2. Misión del negocio.

####

2.4.3. Visión del negocio.

####

2.4.4. Previsión de necesidades de inversión.

####

2.4.5. Previsión de ventas: objetivos a alcanzar.

####

2.4.6. La diferenciación el producto.

####

2.4.7. Dificultad de acceso a canales de distribución: barreras invisibles.

####

2.4.8. Tipos de estructuras productivas: instalaciones y recursos materiales y humanos.

####

3. Marco jurídico y contratación en el comercio e intermediación comercial.

####

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

####

3.1.1. Comercio interior

####

3.1.2. Comercio internacional

####

3.2. Formas jurídicas para ejercer la actividad por cuenta propia:

####

3.2.1. El agente comercial

####

3.2.2. El distribuidor

####

3.2.3. Otras figuras.

####

3.3. El contrato de agencia comercial:

####

3.3.1. Formalización del contrato: elementos y cláusulas habituales.

####

3.3.2. Actuación del agente: obligaciones y derechos de las partes.

####

3.3.3. Sistema de remuneración.

####

3.3.4. Extinción del contrato.

####

3.4. El código deontológico del agente comercial:

####

3.4.1. La colegiación del agente.

####

3.5. Otros contratos de intermediación:

####

3.5.1. Contrato de distribución.

####

3.5.2. Contrato de comisión.

####

3.6. Trámites administrativos previos para ejercer la actividad:

####

3.6.1. Obtención de licencias.

####

3.6.2. Permisos y reglamentación de la actividad.

####

4. Dirección comercial y logística comercial.

####

4.1. Planificación y estrategias comerciales:

####

4.1.1. Planificación estratégica y marketing: variables de marketing.

####

4.1.2. Plan estratégico de ventas: objetivos comerciales y objetivos de ventas.

####

4.1.3. Presupuesto de ventas.

####

4.2. Promoción de ventas:

####

4.2.1. Objetivos.

####

4.2.2. Acciones promocionales: efectos y costes.

####

4.2.3. Elaboración del argumentario comercial.

####

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

####

4.3.1. Gestión del ciclo de ventas según el tipo de producto y servicios.

####

4.3.2. Obsolescencia, caducidad, campañas periódicas, innovaciones y entrada de nuevos productos.

####

4.3.3. Las existencias de productos almacenados, el stock.

####

4.3.4. Documentación y procedimiento administrativo de pedidos.

####

4.3.5. Ratios de gestión de pedidos y control de stocks.

####

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

####

4.4.1. Aplicaciones para la gestión de las relaciones con clientes CRM (Customer Relationship Management).

####

4.5. Redes al servicio de la actividad comercial:

####

4.5.1. Redes y asociacionismo corporativo

####

4.5.2. Actitud y capacidad emprendedora

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado.** El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados.
  No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.