

## Organización de procesos de venta



**Área:** COMERCIO Y MARKETING

**Modalidad:** Teleformación

**Duración:** 60 h

**Precio:** 30.00€

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

### CONTENIDOS

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1: Organización del entorno comercial

####

1.1 Estructura del entorno comercial:

####

1.1.1 Sector comercio: comercio al por menor y al por mayor.

####

1.1.2 Comercialización en otros sectores: el departamento y el departamento de ventas

####

1.1.3 Agentes: Fabricantes, distribuidores, representantes comerciales y consumidores

####

1.1.4 Relaciones entre los agentes

####

1.2 Fórmulas y formatos comerciales

####

1.2.1 Tipos de venta: presencial y no presencial

####

1.2.2 Representación comercial: representantes y agentes comerciales

####

1.2.3 Distribución comercial: Grandes superficies, centros comerciales.

####

1.2.4 Franquicias

####

1.2.5 Asociacionismo

####

1.3 Evolución y tendencias de la comercialización y distribución comercial. Fuentes de información y actualización comercial.

####

1.4 Estructura y proceso comercial en la empresa.

####

1.5 Posicionamiento e imagen de marca del producto, servicio y los establecimientos comerciales.

####

1.6 Normativa general sobre comercio:

####

1.6.1 Ley de Ordenación del Comercio Minorista

####

1.6.2 Ventas especiales

####

1.6.3 Venta con y sin establecimiento

####

1.6.4 Normativa local en el comercio minorista: horarios de apertura y otros.

####

1.7 Derechos del consumidor

####

1.7.1 Tipos de derechos del consumidor

####

1.7.2 Devoluciones

####

1.7.3 Garantía: responsabilidades del distribuidor y del fabricante

####

**UNIDAD DIDÁCTICA 2. Gestión de la venta profesional**

####

2.1 El vendedor profesional.

####

2.1.1 Tipos de vendedor: visitador, agente comercial, vendedor técnico, dependiente u otros.

####

2.1.2 Perfil: habilidades, aptitudes y actitudes personales

####

2.1.3 Formación de base y perfeccionamiento del vendedor.

####

2.1.4 Autoevaluación, control y personalidad. Desarrollo personal y autoestima

####

2.1.5 Carrera profesional e incentivos profesionales

####

2.2 Organización del trabajo del vendedor profesional.

####

2.2.1 Planificación del trabajo: la agenda comercial

####

2.2.2 Gestión de tiempos y rutas: anual, mensual y semanal

####

2.2.3 La visita comercial. La venta fría.

####

2.2.4 Argumentario de ventas: concepto y estructura

####

2.2.5 Prospección y captación de clientes y tratamiento de la información comercial derivada

####

2.2.6 Gestión de la cartera de clientes. Las aplicaciones de gestión de las relaciones con clientes (CRM *Customer Relationship Management*)

####

2.2.7 Planning de visitas: Previsión de gestión de tareas y planificación de visitas

####

2.3 Manejo de las herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas.

####

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. Documentación propia de la venta de productos y servicios**

####

3.1 Documentos comerciales:

####

3.1.1 Documentación de los clientes: fichas y documentos con información del cliente en general.

####

3.1.2 Documentación de los productos y servicios: catálogos, folletos, publipromocionales y otros.

####

3.1.3 Documentos de pago: cheques, pagarés, transferencias y letras.

####

3.2 Documentos propios de la compraventa:

####

3.2.1 Orden de pedido

####

3.2.2 Factura

####

3.2.3 Recibo

####

3.2.4 Justificantes de pago

####

3.3 Normativa y usos habituales en la elaboración de la documentación comercial.

####

3.4 Elaboración de la documentación

####

3.4.1 Elementos y estructura de la documentación comercial

####

3.4.2 Orden y archivo de la documentación comercial

####

3.5 Aplicaciones informáticas para la elaboración y organización de la documentación comercial.

####

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. Cálculo y aplicaciones propias de la venta**

####

4.1 Operativa básica de cálculo aplicado a la venta:

####

4.1.1 Sumas, restas, multiplicaciones y divisiones.

####

4.1.2 Tasas, porcentajes

####

4.2 Cálculo de PVP (Precio de venta al público):

####

4.2.1 Concepto

####

4.2.2 Precio mínimo de venta

####

4.2.3 Precio competitivo

####

4.3 Estimación de costes de la actividad comercial:

####

4.3.1 Costes de fabricación y costes comerciales

####

4.3.2 Costes de visitas y contacto.

####

4.3.3 Promociones comerciales y animación: coste y rentabilidad.

####

4.4 Fiscalidad:

####

4.4.1 IVA

####

4.4.2 Impuestos especiales

####

4.5 Cálculo de descuentos y recargos comerciales.

####

4.6 Cálculo de rentabilidad y margen comercial.

####

4.7 Cálculo de comisiones comerciales.

####

4.8 Cálculo de cuotas y pagos aplazados: intereses.

####

4.9 Aplicaciones de control y seguimiento de pedidos, facturación y cuentas de clientes.

## 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 **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.