

DIRECCIÓN Y ESTRATEGIAS DE VENTAS E INTERMEDIACIÓN COMERCIAL (60h)

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.

Unidades Didácticas

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.
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 previos 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, de clientes, productos y/o servicios comerciales.
- 4.5 Redes al servicio de la actividad comercial.



Precio: 130€