

Aplicaciones informáticas de la gestión comercial

Modalidad: curso e-Learning Duración: 40 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Utilizar aplicaciones informáticas de gestión comercial, almacén y/o facturación, registrando la información y obteniendo la documentación requerida en las operaciones de compra y venta

CONTENIDOS

Módulo 1. Utilización de aplicaciones de gestión en relación con clientes-proveedores (CRM).

UD1. Introducción.

UD2. Actualización de ficheros de información de: clientes. Proveedores. Productos y servicios. Agentes de venta y distribución.

- 2.1. Programas CRM.
- 2.2. Clientes.
- 2.3. Proveedores.
- 2.4. Productos y servicios.
- 2.5. Agentes de venta y distribución.
- 2.6. Empresas de la competencia.
- 2.7. Parámetros comerciales: descuentos tipos impositivos.

UD3. Tramitación administrativa de la información a clientes y proveedores.

- 3.1. Recepción de la información y documentación.
- 3.2. Organización.
- 3.3. Digitalización.
- 3.4. Registro.
- 3.5. Transmisión.
- 3.6. Búsquedas.

Módulo 2. Utilización de aplicaciones de gestión de almacén.

UD1. Introducción.

UD2. Generar los archivos de información.

- 2.1. Ciclo de pedido en un almacén.
- 2.2. Existencias y materias primas.
- 2.3. Envases embalajes y otros.
- 2.4. Clasificación agrupación de artículos.

UD3. Sistemas de gestión informática de almacenes.

- 3.1. Sistema de control.
- 3.2. Sistemas informatizados de control de almacén.
- 3.3. Principales documentos generados en las operaciones de almacén.

Módulo 3. Utilización de las aplicaciones informáticas de gestión de facturación.

UD1. Introducción.**UD2. Generación de presupuestos pedidos albaranes facturas y otros.**

- 2.1. Presupuestos y pedidos.
- 2.2. Albaranes.
- 2.3. Facturas.
- 2.4. Otros documentos.

UD3. Realización de enlaces con otras aplicaciones informáticas.

- 3.1. Contabilidad.
- 3.2. Gestión de datos y otras aplicaciones.

Módulo 4. Utilización de herramientas de aplicaciones de gestión de la postventa.

UD1. Introducción.**UD2. Gestionar la información obtenida de la postventa.**

- 2.1. Postventa.
- 2.2. Organización.
- 2.3. Registro.
- 2.4. Archivo.

UD3. Realizar acciones de fidelización.

- 3.1. Fidelización y marketing relacional.
- 3.2. Servicio de atención al cliente.

3.3. Estrategias de fidelización.

UD4. Gestión de quejas y reclamaciones.

4.1. Quejas y reclamaciones.

4.2. Registro y archivo.

UD5. Obtención mediante aplicaciones de gestión de informes formularios estadísticas etc.

5.1. Consultas.

5.2. Informes y estadísticas.

5.3. Formularios.

UD6. Aplicación de sistemas de salvaguarda y protección de la información.

6.1. Consecuencias de su no aplicación.

6.2. Copias de seguridad.