

Dirección y estrategias de la actividad e intermediación comercial

Modalidad: curso e-Learning Duración: 60 horas

Categorías: Comercio y marketing

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.

CONTENIDOS

UD1. 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.

UD2. 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.

UD3. 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.

UD4. 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.