

Código: 09065

Unidad Formativa:
UF1723 - Dirección y estrategias de ventas e intermediación comercial

Módulo: MF1000_3 - ORGANIZACIÓN COMERCIAL

Certificado de Profesionalidad:
COMT0411 - GESTIÓN COMERCIAL DE VENTAS

Modalidad: ONLINE

Duración: 60h.

Metodología

El Curso está desarrollado con una metodología a distancia/online. Este sistema de enseñanza está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales. También permite el acceso al curso a aquellas personas que viven en zonas rurales y que tienen interés en continuar formándose.
El alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a su disponibilidad de tiempo.

Se dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado, se exigirá un mínimo de 50% del total de las respuestas acertadas. Durante todo el transcurso de la formación, dispondrá de la atención de los tutores, así como la posibilidad de realizar consultas a través de la plataforma de teleformación para cursos online. Entre el material entregado en este curso, se adjunta un documento llamado *Guía didáctica del alumno* donde aparece el horario de tutorías y demás información relevante.

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la modalidad elegida y de las horas de formación. La titulación será remitida por correo una vez corregido su examen, o puesta a su disposición en la plataforma de teleformación una vez finalizado el curso.

Profesorado, medios y titulación

Nuestro centro de formación ha sido fundado en 1996 y en la actualidad, tiene presencia a nivel nacional disponiendo de una plantilla de más de 800 docentes entre personal laboral y freelance. Todos ellos son especialistas en diferentes familias profesionales y les acreditan los numerosos cursos que han impartido para nuestro grupo empresarial. Entre nuestro staff de formadores se encuentran ingenieros, arquitectos, economistas, informáticos, publicistas, diseñadores, médicos, enfermeros, veterinarios, fisioterapeutas, psicólogos, sociólogos, periodistas, filólogos, abogados, cocineros, licenciados en administración de empresas, licenciados en actividades físicas y deportivas, jardineros, peluqueros, educadores sociales, etc.

En todos nuestros cursos, independientemente de la metodología, se ponen a disposición del alumno los medios y materiales docentes necesarios para el desarrollo del mismo.
En los cursos en modalidad e-learning, las consultas y tutorías se pueden realizar a través de teléfono, email y la propia plataforma de teleformación.

En cuanto a la titulación, mostramos a continuación, el modelo de diploma que obtendrás a la finalización del curso:


Fundación Estatal
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

DIPLOMA
ACREDITATIVO

D./Dña. **XXXXX XXXXX XXXXX** con D.N.I. **11111111H**, ha realizado, con pleno aprovechamiento, el curso titulado **Curso Intensivo de Inglés B2**, con Código **19656** Grupo **30694**, entre los días **29/06/2023** y**30/08/2023**, con una duración total de **56** horas, en la modalidad formativa **ONLINE**

Contenidos impartidos (Ver Dorso)

Firma y sello de la entidad responsable de impartir la formación

Tel.: 91 1097505
www.aulaforma.es

Fecha de expedición
31 AGO 2023

Firma del alumno

Requistos previos

No hay requisitos previos, ni formativos ni profesionales.

Salidas profesionales

Este curso está específicamente diseñado para incrementar la cualificación profesional en la familia o sector correspondiente.

Objetivos

Este curso capacita al alumnado para comprender el funcionamiento del comercio y de la intermediación comercial dentro del sistema de distribución, así como para valorar las oportunidades de negocio y poner en marcha una actividad de ventas con criterios de viabilidad. A lo largo del recorrido se estudia el entorno de la actividad, el análisis de mercado, la formulación del plan de negocio y las principales formas jurídicas y contratos de intermediación, incluidos el contrato de agencia y el código deontológico del agente comercial. La dirección comercial ocupa un lugar central: se abordan la planificación y las estrategias de venta, la promoción, la logística, el tratamiento de la información de clientes y productos y el uso de redes al servicio de la actividad. Al finalizar, el alumnado será capaz de diseñar y dirigir estrategias de ventas e intermediación comercial, organizar los recursos y la logística necesarios y tomar decisiones fundamentadas sobre la puesta en marcha y el desarrollo de la actividad.

Contenidos

Módulo 1: El marco económico del comercio y la intermediación comercial
1.1 - El comercio y la intermediación comercial como actividad económica
1.2 - El sistema de distribución comercial y su papel en la economía
1.3 - Fuentes de información para el análisis comercial
1.4 - El comercio electrónico y los nuevos canales de venta
1.5 - Tendencias y transformación digital del sector comercial
1.6 - Agentes y funciones de la intermediación en el mercado
Resumen del módulo 1
Módulo 2: Oportunidades de negocio y puesta en marcha de la actividad comercial
2.1 - El entorno de la actividad comercial y sus factores condicionantes
2.2 - El análisis de mercado: demanda, competencia y posicionamiento
2.3 - Identificación y valoración de oportunidades de negocio
2.4 - El plan de negocio: estructura y contenido
2.5 - Viabilidad económica y financiera de la iniciativa comercial
2.6 - Organización de recursos y hoja de ruta para el lanzamiento
Resumen del módulo 2
Módulo 3: Marco jurídico y contratación en el comercio y la intermediación
3.1 - El marco jurídico del comercio y sus normas reguladoras
3.2 - Formas jurídicas para el ejercicio de la actividad por cuenta propia
3.3 - El contrato de agencia comercial: contenido y obligaciones
3.4 - El código deontológico del agente comercial
3.5 - Otros contratos de intermediación comercial
3.6 - Trámites administrativos previos al inicio de la actividad
Resumen del módulo 3
Módulo 4: Dirección comercial y logística en la venta de productos y servicios
4.1 - Planificación y estrategias comerciales
4.2 - La promoción de ventas y las acciones de impulso comercial
4.3 - La logística comercial aplicada a la gestión de ventas
4.4 - Registro y tratamiento de la información comercial
4.5 - Información de clientes, productos y servicios en la gestión comercial
4.6 - Redes y canales al servicio de la actividad comercial
Resumen del módulo 4