



GESTIÓN COMERCIAL DE VENTAS

PRESENTACIÓN.

La fuerza de ventas es el motor que mueve a las empresas. Por ello, para reforzar este tótem y que seas el profesional que toda empresa necesita te presentamos el curso de Gestión comercial de ventas.

DESTINATARIOS.

Este Certificado es de Nivel 3. Para poder realizarlo debe cumplir alguno de los siguientes requisitos:

- Estar en posesión del título de Bachiller.
- Estar en posesión de un certificado de profesionalidad del mismo nivel del módulo o módulos formativos y/o del certificado de profesionalidad al que se desea acceder.
- Estar en posesión de un certificado de profesionalidad de nivel 2 de la misma familia y área profesional para el nivel 3.
- Cumplir el requisito académico de acceso a los ciclos formativos de grado superior, o bien haber superado las correspondientes pruebas de acceso reguladas por las administraciones educativas.
- Tener superada la prueba de acceso a la universidad para mayores de 25 años y/o de 45 años.
- Tener los conocimientos formativos o profesionales suficientes que permitan cursar con aprovechamiento la formación.

Todas las personas que no tengan experiencia laboral en el sector deben realizar el módulo de prácticas. Es un requisito indispensable para obtener el título oficial.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Una vez finalizado el Certificado de Profesionalidad el alumno será capaz de organizar, realizar y controlar las operaciones comerciales en contacto directo con los clientes o a través de tecnologías de información y comunicación, utilizando, en caso necesario, la lengua inglesa, coordinando al equipo comercial y supervisando las acciones de promoción, difusión y venta de productos y servicios. Concretamente, el alumno podrá:

- Obtener y procesar la información necesaria para la definición de estrategias y actuaciones comerciales.
- Gestionar la fuerza de ventas y coordinar al equipo de comerciales.
- Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.
- Organizar y controlar las acciones promocionales en espacios comerciales.
- Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en actividades comerciales.

OCUPACIONES O PUESTOS DE TRABAJO RELACIONADOS:

Si cursas este certificado podrás trabajar como:

- Vendedores/as técnicos/as.
- Agentes comerciales.
- Delegados/as comerciales, en general.
- Representantes de comercio en general.
- Encargados/as de tienda.
- Vendedores/as no clasificados bajo otros epígrafes.
- Jefe de ventas.
- Coordinador/a de comerciales.
- Supervisor/a de telemarketing.

ACREDITACIONES.

Las personas que superen el curso recibirán el Certificado de Profesionalidad Oficial, con validez en todo el territorio nacional.

Exámenes oficiales y Titulación Oficial incluida al finalizar el curso y emitida por el Servicio Público de Empleo Estatal con validez en todo el territorio nacional.

UNIDADES DE COMPETENCIA.

Unidad de competencia 1: Obtener y procesar la información necesaria para la definición de estrategias y actuaciones comerciales.

Unidad de competencia 2: Gestionar la fuerza de ventas y coordinar el equipo de comerciales.

Unidad de competencia 3: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.

Unidad de competencia 4: Organizar y controlar las acciones promocionales en espacios comerciales. .

Unidad de competencia 5: Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en actividades comerciales

CONTENIDO (610 HORAS. 508 horas on-line – 22 horas presenciales – 80 horas prácticas)

- ORGANIZACIÓN COMERCIAL

Dirección y estrategias de ventas e intermediación comercial

1. Marco económico del comercio y la intermediación comercial.
2. Oportunidades y puesta en marcha de la actividad de ventas e intermediación.
3. Marco jurídico y contratación en el comercio e intermediación comercial.
4. Dirección comercial y logística comercial.

Gestión económico-financiera básica de la actividad comercial de ventas e intermediación comercial.

1. Presupuestos y contabilidad básica de la actividad comercial.
2. Financiación básica y viabilidad económica de la actividad comercial
3. Gestión administrativa y documental de la actividad comercial
4. Gestión contable, fiscal y laboral básica en la actividad comercial.

- GESTIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS Y EQUIPOS DE COMERCIALES.

1. Determinación de la fuerza de ventas.
2. Reclutamiento y retribución de vendedores.
3. Liderazgo del equipo de ventas.
4. Organización y control del equipo comercial.
5. Formación y habilidades del equipo de ventas.
6. La resolución de conflictos en el equipo comercial.

- OPERACIONES DE VENTA

Organización de procesos de venta

1. Organización del entorno comercial.
2. Gestión de la venta profesional.
3. Documentación propia de la venta de productos y servicios.
4. Cálculo y aplicaciones propias de la venta.

Técnicas de venta

1. Procesos de venta.
2. Aplicación de técnicas de venta.
3. Seguimiento y fidelización de clientes.
4. Resolución de conflictos y reclamaciones propios de la venta.

Venta online

1. Internet como canal de venta.
2. Diseño comercial de páginas web.

- PROMOCIONES EN ESPACIOS COMERCIALES

- 1.- Promoción en el punto de venta.
 - 1.1. Comunicación comercial.
 - 1.2. Planificación de actividades promocionales según el público objetivo.
 - 1.3. La promoción del fabricante y del establecimiento.
 - 1.4. Formas de promoción dirigidas al consumidor.
 - 1.5. Selección de acciones.

- 1.6. Animación de puntos calientes y fríos en el establecimiento comercial.
- 1.7. Utilización de aplicaciones informáticas de gestión de proyectos.

2.- Merchandising y animación del punto de venta.

- 2.1. Definición y alcance del merchandising.
- 2.2. Tipos de elementos de publicidad en el punto de venta.
- 2.3. Técnicas de rotulación y serigrafía.
- 2.4. Mensajes promocionales.
- 2.5. Aplicaciones informáticas para la autoedición de folletos y carteles publicitarios.

3.- Control de las acciones promocionales.

- 3.1. Criterios de control de las acciones promocionales.
- 3.2. Cálculo de índices y ratios económico-financieros.
- 3.3. Análisis de resultados.
- 3.4. Aplicación de medidas correctoras en el punto de venta.
- 3.5. Utilización de hojas de cálculo informático para la organización y control del trabajo.

4.- Acciones promocionales online.

- 4.1. Internet como canal de información y comunicación de la empresa/establecimiento.
- 4.2. Herramientas de promoción online, sitios y estilos web para la promoción de espacios virtuales.
- 4.3. Páginas web comerciales e informativas.
- 4.4. Elementos de la tienda y/o espacio virtual.
- 4.5. Elementos de la promoción on-line.

• INGLÉS PROFESIONAL PARA ACTIVIDADES COMERCIALES

Atención al cliente/consumidor en inglés

- 1.1. Terminología específica en las relaciones comerciales con clientes.
- 1.2. Usos y estructuras habituales en la atención al cliente/consumidor.
- 1.3. Diferenciación de estilos formal e informal en la comunicación comercial oral y escrita.
- 1.4. Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes/consumidores.
- 1.5. Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad.

Aplicación de técnicas de venta en inglés

- 2.1. Presentación de productos/servicios.
- 2.2. Pautas y convenciones habituales para la detección de necesidades de los clientes/consumidores.
- 2.3. Fórmulas para la expresión y comparación de condiciones de venta.
- 2.4. Fórmulas para el tratamiento de objeciones del cliente/consumidor.
- 2.5. Estructuras sintácticas y usos habituales en la venta telefónica.
- 2.6. Simulación de situaciones comerciales habituales con clientes: presentación de productos/servicios.

Comunicación comercial escrita en inglés

- 3.1. Estructura y terminología en la documentación comercial básica.
- 3.2. Cumplimentación de documentación comercial básica en inglés.
- 3.3. Redacción de correspondencia comercial.
- 3.4. Estructura y fórmulas habituales en la elaboración de documentos de comunicación interna en la empresa en inglés.
- 3.5. Elaboración de informes y presentaciones comerciales en inglés.

3.6. Estructuras sintácticas utilizadas habitualmente en el comercio electrónico para incentivar la venta.

3.7. Abreviaturas y usos habituales en la comunicación escrita con diferentes soportes: internet, fax, correo electrónico, carta u otros análogos.

Acción formativa: inglés profesional para actividades comerciales

1. Atención al cliente/consumidor en inglés.
2. Aplicación de técnicas de venta en inglés.
3. Comunicación comercial escrita en inglés.

- **MÓDULO DE PRÁCTICAS PROFESIONALES NO LABORALES**