

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

Marco económico del comercio y la intermediación comercial

El sector del comercio y la intermediación comercial

El sistema de distribución comercial en la economía

Fuentes de información comercial

El comercio electrónico

Oportunidades y puesta en marcha de la actividad de ventas e intermediación

El entorno de la actividad

Análisis de mercado

Oportunidades de negocio

Formulación del plan de negocio

Marco jurídico y contratación en el comercio e intermediación comercial

Concepto y normas que rigen el comercio en el contexto jurídico

Formas jurídicas para ejercer la actividad por cuenta propia

El contrato de agencia comercial

El código deontológico del agente comercial

Otros contratos de intermediación

Trámites administrativos previos para ejercer la actividad

Dirección comercial y logística comercial

Planificación y estrategias comerciales

Promoción de ventas

La logística comercial en la gestión de ventas de productos y servicios

Registro, gestión y tratamiento de la información comercial, de clientes, productos y/o servicios comerciales

Redes al servicio de la actividad comercio

