



Dirección y estrategias de la actividad e intermediación comercial

Sku: UF1723_V2

Horas: 60

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

Tema 1. 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.

Tema 2. 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.

Tema 3. 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.

Tema 4. 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.