



## COMT111PO. Gestión de tiendas.

**Sku:** 505661N

**Horas:** 100

**Formato:** HTML

### OBJETIVOS

- Adquirir los conocimientos necesarios, que permitan al encargado de tienda planificar la actividad administrativo-comercial y supervisar las tareas de venta, animación y aprovisionamiento del punto de venta, así como coordinar al personal del establecimiento.
- Describir la importancia de la gestión de tiendas a través de la identificación de las unidades de aprendizaje que se van a estudiar a lo largo de la acción formativa.
- Aprender conocimientos básicos del área comercial de una tienda.
- Identificar la función directiva del jefe de tienda y la motivación de los vendedores.
- Mejorar el servicio de atención al cliente en la función de venta del vendedor de una tienda.
- Gestionar el punto de venta organizando, controlando y analizando las ventas y determinando precios y márgenes.
- Aprender la gestión de compras como una de las funciones básicas de la actividad comercial.
- Aprender qué es el merchandising y los diferentes tipos de compras existentes.
- Conocer las posibilidades y facilidades que ofrece internet como canal de ventas.
- Aprender a gestionar los conflictos y las reclamaciones de los clientes.

### CONTENIDOS

- **Unidad 1. Introducción: Gestión de tiendas.**
  - Introducción
  - Áreas o departamentos que tener en cuenta en la gestión de tiendas
  - Área comercial
  - El área de recursos humanos

- Atención al cliente
  - Gestión del punto de venta
  - Gestión de compras
  - *Merchandising*: concepto y tipos de compra
  - Internet como canal de venta
  - Conflictos y reclamaciones de clientes
  - Resumen
- **Unidad 2. Área comercial.**
    - Introducción
    - Política comercial
    - Área gestión y administración económica
    - Plan de ventas
    - Cuenta de explotación
    - Balance provisional
    - Sistemas informáticos
    - Resumen
- **Unidad 3. Área de recursos humanos.**
    - Introducción
    - La función directiva del jefe de tienda
    - Motivación de los vendedores
    - Resumen
- **Unidad 4. Atención al cliente.**
    - Introducción
    - Formación en venta asistida
    - Eficacia comercial
    - El proceso de la comunicación
    - La comunicación en la venta
    - Métodos de venta
    - El rol del vendedor
    - El vendedor de comercio
    - El proceso de la venta
    - La preparación y la introducción en el proceso de la venta
    - Técnica de apoyo en la venta: fase de desarrollo
    - Técnica de finalización del proceso de la venta: cierre y seguimiento
    - Resumen
- **Unidad 5. Gestión del punto de venta.**
    - Introducción
    - El punto de venta y su imagen
    - Organización, control y análisis de ventas
    - Márgenes y precios
    - Resumen

- **Unidad 6. Gestión de compras.**
  - Introducción
  - Gestión de *stocks*
  - Gestión de ventas: arqueado de caja
  - Sistemas de gestión informatizada
  - Control de la gestión comercial
  - Resumen
  
- **Unidad 7. Merchandising: Concepto y tipos de compra.**
  - Introducción
  - Disposición del punto de venta
  - Percepción de los colores
  - Iluminación
  - Resumen
  
- **Unidad 8. Internet como canal de venta.**
  - Introducción
  - Las relaciones comerciales a través de internet
  - Utilidades de los sistemas *online*
  - Modelos de comercio a través de internet
  - Servidores *online*
  - El internauta como cliente potencial y real
  - Criterios comerciales en el diseño de las páginas web
  - Tiendas virtuales
  - Medios de pago en internet
  - Resumen
  
- **Unidad 9. Conflictos y reclamaciones de clientes.**
  - Introducción
  - Definición y tipos de conflictos
  - Tipos de reacciones por parte de la clientela ante un conflicto
  - Gestión de los conflictos y reclamaciones de clientes
  - La hoja de reclamaciones
  - Resumen