



UF1723: Dirección y estrategia de la actividad e intermediación comercial.

Sku: PA_UF1723

Horas: 60

Formato: HTML

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

- **Unidad 1. 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:
- **Unidad 2. 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:
- **Unidad 3. 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:
- **Unidad 4. 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 comercial.