

Dirección y estrategias de la actividad e intermediación comercial

DESCRIPCIÓN

Los objetivos son:

- Determinar elementos de 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.
- Organizar información y datos comerciales obtenidos de forma que se garantice su integridad, utilización y actualización periódica utilizando aplicaciones informáticas adecuadas.
- Obtener datos e información comercial que permita la definición de estrategias y planes comerciales.
- Analizar la información comercial aplicando las técnicas de análisis adecuadas para la detección de oportunidades de negocio y definición de planes de venta efectivos.
- 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

DIRIGIDO A

El curso está dirigido a alumnos interesados en la temática, y permitirá al usuario adquirir los conocimientos y destrezas necesarias para desempeñar funciones relacionadas con la materia.

REQUISITOS ESPECIALES DE ACCESO Y OBTENCIÓN DEL TÍTULO

Requisitos de acceso:

- No se establecen requisitos de acceso previos

Requisitos para obtener la titulación:

- Lectura / Estudio del material didáctico completo
- Visionado de los videos formativos
- Completar el 100% de las autoevaluaciones
- Superar el examen final con nota superior al 60%

FICHA DEL CURSO



Modalidad Elearning
Duración: 60 h



Titulación Otorgada
Dirección y estrategias de la actividad e intermediación comercial



Título emitido por



**Modalidad Elearning**

Duración: 60 h

**Titulación Otorgada**

Dirección y estrategias de la actividad e intermediación comercial

**Título emitido por****Unidad didáctica 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.

Unidad didáctica 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.

Unidad didáctica 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.

Unidad didáctica 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.