



Escuela Europea
de Dirección y Empresa



Curso Técnico en Dirección y Gestión Comercial

Tipo	Técnico	Modalidad	Distancia / On line
Duración	120 horas	Precio	Consultar

Curso Técnico en Dirección y Gestión Comercial

Presentación

La actividad comercial se sitúa en la base de la actividad económica, todo se produce, elabora o desarrolla para ser vendido, intercambiado o consumido. Ello no quiere decir que la actividad comercial sea la más importante dentro de una empresa moderna pues en realidad todas las actividades que realiza hemos de valorarlas como una labor de conjunto necesaria para su supervivencia y desarrollo. Sin embargo, no todos los departamentos funcionan de la misma forma y, precisamente, uno de los que más características diferenciadoras tiene es el departamento comercial.

No obstante, la venta, es en definitiva, el objetivo final de cualquier empresa. En esto tendrán mucho que ver estas dos áreas que ponen de manifiesto la calidad y eficacia del departamento comercial. Aquí entrarán en juego el proceso de negociaciones de ventas y, sobre todo, de comunicación que la empresa tenga con su cliente.

Dado que durante en el proceso comercial y de negociación el elemento más significativo es la comunicación, el presente curso técnico brindará los conocimientos suficientes para la correcta puesta en escena del proceso de ventas, así como las diferentes habilidades comunicativas verbales y no verbales tan importantes dentro de dicho proceso.

El programa de curso técnico en Dirección y Gestión comercial que ofrece EUDE, Escuela Europea de Dirección y Empresa, brinda al alumno una visión actual de la actividad comercial, además de obtener la capacitación, habilidades y técnicas de gestión y dirección necesarias que se deben saber manejar en el desarrollo de la actividad comercial.

Objetivos

Objetivo general

- Dotar al alumno de herramientas prácticas para llevar a cabo una venta eficaz en la empresa.

Objetivos específicos

- Dominar el proceso de Comunicación de enfoque directo a la venta como clave de la actividad comercial.
- Planificar y desarrollar de manera óptima las Entrevistas comerciales.
- Conocer las diferentes Técnicas de Negociación como labor comercial principal.
- Estudiar y analizar la figura del consumidor.
- Tomar conciencia de la importancia del Servicio de Atención al Cliente y la fidelización en la actividad comercial así como las principales herramientas para desarrollar su efectividad
- Conocer las herramientas más utilizadas en la Gestión de Cartera de Clientes.
- Dotar al alumno de herramientas para hablar en público de manera eficaz.

Metodología

En EUDE transformamos la distancia en una oportunidad para la formación. Aprovechamos las nuevas tecnologías para acompañar, aconsejar y ayudar al alumno en este fascinante viaje a través del aprendizaje.

El alumno recibirá el temario, dependiendo de sus necesidades, en formato papel o digital, a través de manuales o mediante el propio Campus Virtual de la escuela.

Todas las lecciones han sido desarrolladas por profesionales en la materia. Cada uno de los temarios están adaptados a la práctica de modo que resulten amenos, cercanos y, cuanto más, prácticos. La estructura común de éstos es de la siguiente manera: prólogo, módulos, anexos, casos prácticos, bibliografía y glosario. Además, cada tema va acompañado de cuestionarios que permitirán al alumno afianzar sus conocimientos y medir su ritmo de estudio.

En el apartado de Casos Prácticos, que se puede encontrar al final de cada manual y en el Campus Virtual, se plantean los ejercicios que permitirán evaluar el aprovechamiento del estudiante.

El equipo de tutores, especialistas en las diferentes áreas de estudio, atenderá a los alumnos a través del teléfono, email, campus virtual o, si fuese necesario, con una reunión presencial (previa cita).

El campus virtual es una herramienta muy útil en el estudio dado que funciona como un foro de encuentro y un espacio de comunicación favoreciendo así la motivación de los estudiantes. En él, el alumno tendrá a su disposición actividades de refuerzo, anexos de documentación, enlaces de apoyo y espacios de participación.

La lectura del **Manual de Estudios**, que el alumno recibirá con el material de estudio o que puede encontrar en el campus virtual, le ofrece mucha más información sobre la organización del tiempo y la localización de recursos, además de aconsejarle sobre la metodología de estudio más adecuada.

El alumno que estudie la modalidad a distancia recibirá el material al completo en su domicilio. De esta manera no precisa de traslados para evaluaciones ni tutorías.

La modalidad On line supone la completa realización del Técnico desde la plataforma de formación en Internet. Todo ello incluye, la descarga de toda la documentación.

Materiales

El PROGRAMA está desarrollado para que el alumno pueda elegir entre diferentes tipos de soporte didáctico:

- ⇒ Carpetas con soporte papel: para que el alumno pueda manejar los diferentes temarios, auto evaluaciones y casos prácticos a desarrollar en los diferentes módulos. Éstas corresponden exclusivamente a la modalidad distancia.
- ⇒ Escuela Virtual de formación: todos nuestros alumnos que lo deseen pueden solicitar las claves para acceder on line a nuestra escuela virtual, donde encontrarán foros de alumnos, sistema de mensajería, expediente académico, enlaces de interés, descargar de temarios en pdf...

Titulación recibida

La titulación se obtiene después de entregar y aprobar los casos prácticos de todas las áreas evaluables del programa.

El alumno recibirá la siguiente titulación:

- **Certificado de aprovechamiento** del curso expedido por EUDE Escuela Europea de Dirección y Empresa.

Temario

Área de Gestión Comercial

Módulo 1: Comunicación de enfoque directo a ventas

Flujos de comunicación. Análisis del proceso de comunicación. Obstáculos de la comunicación. Intercambio de estímulos y mensajes. La Comunicación Comercial.

Módulo 2: Las entrevistas comerciales / ventas

Planteamiento y desarrollo de la entrevista. La estructura de la entrevista de ventas. La venta telefónica.

Módulo 3: Técnicas de negociación comercial

Conceptos Básicos de negociación. Tipos de negociación. Fases de la negociación. Tipos de negociadores. Herramientas y tácticas de negociación. Negociación internacional.

Módulo 4: Comportamiento del consumidor

Conceptos básicos. Necesidades, deseos, motivaciones y demandas. Proceso de toma de decisiones del consumidor. El proceso de compra en las organizaciones

Módulo 5: El Servicio de Atención al Cliente

Introducción: El servicio de atención al cliente en los procesos de compraventa. El servicio postventa. Tratamiento de las reclamaciones. Control de la calidad del servicio.

Módulo 6: La gestión de la cartera de clientes

La cartera de clientes. Clasificación de la cartera de clientes. La gestión de la cartera de clientes.

Módulo 7: Hablar en público

Introducción. Miedo a hablar en público. Preparación de la intervención. Estilo de la intervención. El público. El lugar de la intervención. La exposición.

Área de Dirección Comercial

Módulo 1: El concepto de Marketing

La evolución del concepto de marketing. Nuevas perspectivas del marketing: marketing relacional y la orientación al mercado. La función del marketing en la economía. El sistema comercial y los instrumentos de marketing.

Módulo 2: La planificación comercial

Fundamentos de la planificación comercial. Análisis de la situación. Formulación de objetivos y de la estrategia de marketing. Control de la estrategia comercial.

Módulo 3: El mercado y la demanda

Concepto y clasificación del mercado. Concepto y análisis de la demanda.

Módulo 4: El estudio del comportamiento de compra de los consumidores

Importancia del estudio del comportamiento del consumidor. El proceso de decisión de compra. Condicionantes internos y externos del comportamiento del consumidor. El comportamiento de compra de las organizaciones.

Módulo 5: La segmentación de mercados y el posicionamiento

La segmentación y sus criterios. Estrategias de segmentación. El proceso de segmentación. El posicionamiento en el mercado.

Módulo 6: Política de producto

Concepto de producto. Decisiones sobre la línea de productos.

Módulo 7: Lanzamiento de nuevos productos

Ciclo de vida de los productos. Desarrollo de nuevos productos.

Módulo 8: El precio

Concepto, importancia del precio y condicionantes en la fijación de precios. Métodos de fijación de precios. Estrategias de fijación de precios.

Módulo 9: La comunicación: herramientas

Concepto, importancia y mix de la comunicación. Concepto y características de la venta personal. Concepto y características de las relaciones públicas. Concepto y características de la promoción de ventas.

Módulo 10: La distribución

Concepto e importancia de la distribución. Las decisiones en el canal de distribución. Los intermediarios del canal: mayoristas y minoristas. La distribución física.

Módulo 11: Dirección y gestión del equipo comercial

Fases del proceso de dirección. Estilos de dirección. Roles de dirección. Liderazgo. Componentes esenciales del liderazgo. Teorías del liderazgo. La organización del departamento de ventas. Estructura del departamento: horizontal y vertical. Objetivos de una organización de ventas. Estructura horizontal de la fuerza de ventas. Estructura vertical de los departamentos de venta: número de niveles y ámbito de control. Territorios de venta. Modelo del rendimiento del vendedor. Modelo de Churchill, Ford y Walter. Reclutamiento y selección del personal de ventas. La formación de vendedores. Motivación de la fuerza de ventas. Sistemas de remuneración e incentivos. Evaluación y control del programa de ventas. Análisis de los costes de las ventas.

Homologaciones

EUDE recibe las homologaciones de AEDETP (Asociación Española de Enseñanza Técnico Profesional), ANCED (Asociación Nacional de Centros de Enseñanza a Distancia) entre otras instituciones. Estas organizaciones homologan y certifican centros de formación con el fin de garantizar unos criterios de calidad formales, para el correcto desarrollo de las acciones formativas propuestas por nuestro centro.

Además, EUDE es socio-fundador de la **Asociación Española de Escuelas de Negocios** (AEEN) y miembro de **Cladea** (Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración).



Podrás encontrar toda la información actualizada sobre nuestras homologaciones y acuerdos en:

<http://www.eude.es/homologaciones/index.html>

© EUDE

Plaza de Callao, 4 – Gran Vía, 46

6ª Planta

28013 (Madrid)

91 593 15 45

info@eude.es

www.eude.es

No está permitida la reproducción total o parcial del contenido de este PDF, salvo la impresión del mismo sin modificaciones a meros efectos informativos por parte del interesado, no permitiéndose la copia ni alteración del mismo por cualquier medio electrónico, mecánico, fotocopia, registro u otros métodos sin previo aviso y autorización por parte de los titulares del Copyright.

Presentación Técnico