

TÉCNICO EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN COMERCIAL



Homologaciones



TEMARIO

GESTIÓN ESTRATEGICA COMERCIAL

MODULO 1 - Comunicación de enfoque directo a ventas

1. Flujos de comunicación. Análisis del proceso de comunicación
 - 1.1 Comunicación bidireccional
 - 1.2 Comunicación unidireccional
 - 1.3 Lenguajes de comunicación
 - 1.4 Tipos de Comunicaciones
2. Obstáculos de la comunicación
3. Intercambio de estímulos y mensajes
 - 3.1 Favorecedores de la comunicación
 - 3.1.1 Empatía
 - 3.1.2 Escucha Activa
 - 3.1.3 Comunicación no verbal
4. La comunicación comercial
 - 4.1 La información en la empresa
 - 4.2 Comunicación en la empresa
 - 4.2.1 Comunicación interna
 - 4.3 Comunicación en la fuerza de ventas
5. Cuestionario de evaluación

MODULO 2 - Las entrevistas comerciales/ventas

1. Planteamiento y desarrollo de la entrevista
 - 1.1 Preparación de la entrevista
 - 1.2 Técnicas de preparación de la entrevista
2. La estructura de la entrevista de ventas
 - 2.1 La toma de contacto
 - 2.2 El sondeo
 - 2.3 El argumentario
 - 2.4 El Tratamiento de objeciones
 - 2.5 Las técnicas de cierre
 - 2.6 Las ofertas por escrito
3. La venta telefónica
 - 3.1 Características de la comunicación telefónica
 - 3.2 Inconvenientes de la comunicación telefónica
4. Cuestionario de evaluación

MODULO 3 - Técnicas de negociación comercial

1. Conceptos básicos de negociación
 - 1.1 Las tres fuerzas de la negociación
2. Tipos de negociación
 - 2.1 Tipología de clientes desde el punto de vista de la negociación
 - 2.2 La negociación básica
 - 2.3 La negociación compleja
 - 2.4 La subasta
3. Fases de la negociación
4. Tipos de negociadores
5. Herramientas y tácticas de negociación
6. La negociación Internacional
7. Cuestionario de evaluación

MÓDULO 4 - Comportamiento del consumidor

1. Conceptos básicos
2. Necesidades, motivaciones, deseos y demandas
 - 2.1 Motivaciones de compra
 - 2.1.1 Motivaciones Primarias
 - 2.1.2 Motivaciones Secundarias
3. Proceso de toma de decisiones del consumidor
4. Cuestionario de evaluación

MÓDULO 5 - El Servicio de Atención al Cliente

1. Introducción: El servicio de atención al cliente en los procesos de compraventa
2. El servicio postventa
3. Tratamiento de las reclamaciones
4. Control de la calidad del servicio
5. Cuestionario de evaluación

MODULO 6 - La gestión de la cartera de clientes

1. La cartera de clientes
2. Clasificación de la cartera de clientes
3. La gestión de la cartera de clientes
 - 3.1 La gestión por carteras
4. Cuestionario de evaluación

MODULO 7 - Hablar en público

1. Introducción
2. Miedo a hablar en público
3. Preparación de la intervención
 - 3.1 La idea clave
4. Estilo
5. El público
6. El lugar de la intervención
7. Duración de la intervención
8. La exposición
 - 8.1 Introducción
 - 8.3 Conclusión

DIRECCIÓN COMERCIAL

MODULO 1

Introducción al Marketing

1. Introducción
2. Evolución del Marketing
3. El Marketing en los Sistemas Económicos
4. Funciones del Marketing
5. Cuestionario de evaluación

MODULO 2

Investigación de Mercados

1. La Investigación de Mercados
2. Planificación
3. Fuentes de Información
4. Métodos de Obtención de Información
5. Cuestionario de Evaluación

MODULO 3

Marketing Estratégico

1. Introducción
2. Selección y Segmentación de Mercados
 - 2.1 Definición del Mercado de Referencia
 - 2.2 Análisis de la Macrosegmentación
 - 2.3 Análisis de la Microsegmentación
 - 2.4 Medición de la Eficacia de la Segmentación
3. Estrategias de Desarrollo
 - 3.1 Estrategias Competitivas Genéricas
 - 3.2 Estrategias de Crecimiento
 - 3.3 Estrategias Competitivas Específicas
4. Herramientas de Análisis Estratégico
 - 4.1 DAFO
 - 4.2 Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter
 - 4.3 Cadenas de Valor
5. Cuestionario de Evaluación

MÓDULO 4

Política de Producto

1. Definición
2. Características de los Productos
3. Clasificación
4. Gamas, Líneas y Productos
5. Análisis de la Cartera de Productos
 - 5.1 Fases de Vida de un Producto
 - 5.2 Criterios Financieros y de Explotación
 - 5.3 Herramientas de Análisis

MÓDULO 5

Política de Precio

1. Introducción
2. Fijación de Precios
3. Estrategias
4. Precios Psicológicos y Precios Redondos

MODULO 6

Promotion

1. La Política de Comunicación
2. Publicidad

3. Promoción de Ventas
4. Relaciones Públicas

MODULO 7

Política de Distribución

1. Introducción
2. Canales de Distribución
3. Distribución Física
4. Estrategias
5. Cuestionario de evaluación

MODULO 8

Habilidades de Dirección

1. Introducción
2. Las Funciones y la Autoridad del Directivo
3. Liderazgo situacional
4. Motivación
5. Trabajo en Equipo

MODULO 9

Dirección de Ventas

1. Organización del Equipo de Ventas
2. El Control de la Función Ventas
3. El Tamaño de la fuerza de Ventas .