

Operaciones de venta : MF0239_2

Duración: 160 horas.

Modalidad: online

Contenidos

- **1. Organización del entorno laboral**

- Introducción
- 1. Estructura del entorno comercial
- 2. Fórmulas y formatos comerciales
- 3. Otros formatos comerciales: el caso de las franquicias
- Tarea de evaluación 1 (20 min)
- Tarea de evaluación 2 (Colaborativa) (25 min)
- 4. Estructura y proceso comercial de la empresa
- 5. Posicionamiento e imagen de marca del producto, servicio y los establecimientos comerciales
- Tarea de evaluación 3 (30 min)
- 6. Normativa general sobre comercio
- Tarea de evaluación 4 (25 min)
- 7. Derechos del consumidor
- Tarea de evaluación 5 (30 min)
- Actividad de evaluación 1
- Unidad 1. Manual pdf
- Resumen

- **2. Organización de procesos de venta**

- Introducción
- 1. El vendedor profesional

- 2. Organización del trabajo del vendedor profesional
- Actividad de evaluación 2
- Tarea de evaluación 6 (40 min)
- Tarea de evaluación 7 (Colaborativa) (15 min)
- Tarea de evaluación 8 (25 min)
- Tarea de evaluación 9 (Colaborativa) (30 min)
- 3. Manejo de herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas
- Tarea de evaluación 10 (Colaborativa) (55 min)
- Unidad 2. Manual pdf
- Resumen
- **3. Documentación propia de la venta de productos y servicios**
 - Introducción
 - 1. Documentos comerciales
 - 2. Documentos propios de la compraventa
 - Actividad de evaluación 3
 - Actividad de evaluación 4
 - 3. Normativa y usos habituales en la elaboración de la documentación comercial
 - Tarea de evaluación 11 (40 min)
 - 4. Elaboración de la documentación
 - 5. Aplicaciones informáticas para la elaboración y organización de la documentación
 - Tarea de evaluación 12 (30 min)
 - Tarea de evaluación 13 (30 min)
 - Unidad 3. Manual pdf
 - Resumen
- **4. Cálculo y aplicaciones propias de la venta**
 - Introducción
 - 1. Operativa básica de cálculo aplicado a la venta
 - 2. Cálculo de PVP (Precio de Venta al Público)

- 3. Estimación de costes de la actividad comercial
- Tarea de evaluación 14 (15 min)
- 4. Fiscalidad
- 5. Cálculo de descuentos y recargos comerciales
- Tarea de evaluación 15 (15 min)
- 6. Cálculo de rentabilidad y margen comercial
- 7. Cálculo de comisiones comerciales
- 8. Cálculo de cuotas y pagos aplazados. Intereses
- Tarea de evaluación 16 (30 min)
- 9. Aplicaciones de control y seguimiento de pedidos, facturación y cuentas de clientes
- Tarea de evaluación 17 (35 min)
- 10. Herramientas e instrumentos para el cálculo aplicados a la venta
- Unidad 4. Manual pdf
- Resumen
- **5. Bibliografía**
 - Bibliografía
- **6. Glosario**
 - Glosario
- **7. Procesos de venta**
 - Introducción
 - 1. Tipos de venta
 - 2. Fases del proceso de venta
 - Tarea de evaluación 1 (25 min)
 - 3. Preparación a la venta
 - Tarea de evaluación 2 (20 min)
 - 4. Aproximación del cliente
 - Tarea de evaluación 3 (20 min)
 - 5. Análisis del producto/servicio

- 6. Argumentario de ventas
- Tarea de evaluación 4 (Colaborativa) (70 min)
- Unidad 7. Manual pdf
- Resumen
- **8. Aplicación de técnicas de venta**
 - Introducción
 - 1. Presentación y demostración del producto/servicio
 - 2. Demostraciones ante un gran número de clientes
 - 3. Argumentación comercial
 - 4. Técnicas para la refutación de objeciones
 - Tarea de evaluación 5 (Colaborativa) (50 min)
 - 5. Técnicas de persuasión a la compra
 - 6. Ventas cruzadas
 - Tarea de evaluación 6 (15 min)
 - 7. Técnicas de comunicación aplicadas a la venta
 - Tarea de evaluación 7 (Colaborativa) (80 min)
 - 8. Técnicas de comunicación no presenciales
 - Tarea de evaluación 8 (15 min)
 - Tarea de evaluación 9 (35 min)
 - Unidad 8. Manual pdf
 - Resumen
- **9. Seguimiento y fidelización de clientes**
 - Introducción
 - 1. La confianza y las relaciones comerciales
 - Tarea de evaluación 10 (Colaborativa) (30 min)
 - Actividad de evaluación 1
 - Tarea de evaluación 11 (25 min)
 - 2. Estrategias de fidelización

- Tarea de evaluación 12 (20 min)
- 3. Externalización de las relaciones con los clientes: telemarketing
- 4. Aplicaciones de gestión de las relaciones con los clientes (CRM “Customer Relationship Management”)
- Tarea de evaluación 13 (15 min)
- Unidad 9. Manual pdf
- Resumen
- **10. Resolución de conflictos y reclamaciones propios de la venta**
 - Introducción
 - 1. Conflictos y reclamaciones en la venta
 - Tarea de evaluación 14 (10 min)
 - Tarea de evaluación 15 (15 min)
 - Tarea de evaluación 16 (15 min)
 - 2. Gestión de quejas y reclamaciones
 - Tarea de evaluación 17 (15 min)
 - 3. Resolución de reclamaciones
 - Tarea de evaluación 18 (Colaborativa) (70 min)
 - Unidad 10. Manual pdf
 - Resumen
- **11. Bibliografía**
 - Bibliografía
- **12. Glosario**
 - Glosario
- **13. Internet como canal de venta**
 - Introducción
 - 1. Las relaciones comerciales a través de Internet
 - 2. Utilidades de los sistemas online
 - Tarea de evaluación 1 (15 min)

- 3. Modelos de comercio a través de Internet
- 4. Servidores online
- Tarea de evaluación 2 (40 min)
- Unidad 13. Manual pdf
- Resumen
- **14. Diseño comercial de páginas web**
 - Introducción
 - 1. El internauta como cliente potencial y real
 - Tarea de evaluación 3 (15 min)
 - 2. Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas web
 - Tarea de evaluación 4 (25min)
 - 3. Tiendas virtuales
 - Tarea de evaluación 5 (35 min)
 - Tarea de evaluación 6 (35 min)
 - Tarea de evaluación 7 (35 min)
 - 4. Medios de pago en Internet
 - 5. Conflictos y reclamaciones de clientes
 - Tarea de evaluación 8 (Colaborativa) (50 min)
 - Tarea de evaluación 9 (15 min)
 - Tarea de evaluación 10 (35 min)
 - 6. Aplicaciones a nivel usuario para el diseño de páginas web comerciales: gestión de contenidos
 - Tarea de evaluación 11 (30 min)
 - Tarea de evaluación 12 (210 min)
 - Unidad 14. Manual pdf
 - Resumen