

## Nuevas tecnologías de la información en Gestiones comerciales



**Área:** Formación en tecnologías de la información y comunicación

**Modalidad:** Teleformación

**Duración:** 90 h

**Precio:** 675.00€

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

 [Tienda online](#)

[Matricularme](#)

### OBJETIVOS

Negociar las condiciones de venta tanto con clientes como con proveedores, llegando a un acuerdo del precio, descuentos, instrucciones, entrega, otros recargos. Saber tratar las quejas, reclamaciones u objeciones del cliente. Conocer aspectos tecnológicos del comercio electrónico, el ecommerce entre empresas y empresacliente, técnicas de marketing e Internet, seguridad en las transacciones, logística y distribuciones, consideraciones legales... Obtener los conocimientos imprescindibles del Marketing "conjunto de gestiones y técnicas fundadas en el conocimiento del mercado, cuyo objeto es la determinación de una estrategia comercial". Saber manejar el teléfono en la estrategia comercial y en la comunicación con el cliente. Identificar y saber actuar frente a la conducta del consumidor, la fidelización y satisfacción del cliente, cómo tratar la reclamación, etc... Saber las ventajas e implantación de la firma digital y factura electrónica en las empresa. Los procedimientos, la validez legal, el ahorro económico, la agilidad y disminución del tiempo en las comunicaciones con la administración. Conocer los nuevos medios de certificación y facturación segura por Internet. Establecer las pautas para que las empresas incrementen los beneficios que obtienen del uso de Internet mediante la aplicación de técnicas que mejoren sus comunicaciones, la captación y fidelización de clientes, la búsqueda de información, el análisis de la competencia, el posicionamiento de la empresa, la marca y sus productos o servicios, etc. Conocer las Redes Sociales desde un punto de vista empresarial y como tener presencia en canales 2.0. Medir la rentabilidad de las estrategias en Redes Sociales. Conocer como promocionar las ventas mediante el uso de las principales Redes Sociales (Facebook, Twitter, YouTube,...). Aplicar técnicas de marketing mediante el uso del marketing mobile y el marketing viral.

### CONTENIDOS

- Técnicas de ventas y gestiones comerciales
- 1 Organización del entorno comercial
- 2 Gestión de la venta profesional
- 3 Documentación propia de la venta de productos y servicios
- 4 Cálculo y aplicaciones propias de la venta
- 5 Procesos de ventas
- 6 Aplicación de técnicas de ventas
- 7 Seguimiento y fidelización de clientes
- 8 Resolución de conflictos y reclamaciones propios de la venta
- 9 Internet como canal de venta
- 10 Diseño comercial de página Web

---

**EMAIL:** [info@mferrerconsultores.com](mailto:info@mferrerconsultores.com)

**TELÉFONO:** 635952170

<https://www.mferrerconsultores.com>



- Comercio electrónico o e-commerce

- 1 Introducción al comercio electrónico
- 2 La cadena de valor en el comercio electrónico
- 3 Aspectos tecnológicos del comercio electrónico
- 4 El comercio electrónico entre empresas B2B
- 5 El comercio electrónico empresas-cliente B2C
- 6 E-commerce al servicio de la gestión empresarial
- 7 Técnicas de Marketing en Internet
- 8 Atención al cliente
- 9 Seguridad en las transacciones
- 10 Medios de pago y procesos de cobro
- 11 Logística y distribución
- 12 Consideraciones jurídicas y legales
- 13 Perspectivas del comercio electrónico

- Telemarketing o mercadotecnia directa

- 1 Conceptos básicos de marketing
- 2 Administración de clientes
- 3 Telemarketing
- 4 La comunicación y la conducta del consumidor
- 5 Fidelización, satisfacción y reclamaciones del cliente
- 6 Estudio del cliente
- 7 Atención al cliente
- 8 Técnicas de venta
- 9 Marketing e Internet

- Firma digital y factura electrónica en la empresa

- 1 Firma Digital
- 2 Certificados digitales
- 3 Autoridades de certificación
- 4 El DNI electrónico
- 5 La administración electrónica
- 6 La factura electrónica

- Marketing en las redes sociales

- 1 Consideraciones generales
- 2 Organización del trabajo en Redes Sociales
- 3 Medición de la estrategia en Redes Sociales
- 4 Uso de las principales Redes Sociales
- 5 Valoración de los contactos en las Redes Sociales
- 6 La necesidad de crear un blog
- 7 Éxito y errores en Social Media
- 8 Otras aplicaciones de marketing en Social Media
- 9 Community manager

## METODOLOGIA

La actividad tutorial será bidireccional, es decir, tanto el alumno se puede poner en contacto con el tutor para solventar dudas o dificultades como el tutor con el alumno para establecer un contacto directo con él, comprobar su nivel de progreso en el estudio, su grado de motivación y su situación personal en relación con su participación en la acción formativa.

---

**EMAIL: [info@mferrerconsultores.com](mailto:info@mferrerconsultores.com)**

**TELÉFONO: 635952170**

**<https://www.mferrerconsultores.com>**



Las características de la metodología de este tipo de acciones formativas son:

**Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.

En todo momento contará con un **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.

**Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.

**El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo test de autoevaluación.

**Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado**. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

## REQUISITOS

**Los requisitos técnicos mínimos son:**

Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados.

No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.

Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.

Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.

32 Mbytes de RAM o superior.

## CONTROLES APRENDIZAJE

Se llevará a cabo una **evaluación continua**, con el seguimiento a través de las tutorías que van haciendo los profesores, para comprobar si ha habido un aprovechamiento real del curso. Para ello, el alumnado deberá realizar todos los ejercicios que acompañan a los contenidos del curso (evaluaciones, autoevaluaciones, cuestionarios, ejercicios prácticos, etc.) para evaluar que van consiguiendo los contenidos adecuados.

De igual modo, se realizará una **evaluación final**, donde el alumno deberá de responder adecuadamente al examen de evaluación final que será corregido automáticamente una vez realizado.

Plazos de realización:

**Evaluación continua:** con objeto de garantizar el máximo aprovechamiento del curso, se recomienda al alumnado que entregue los ejercicios prácticos, autoevaluaciones, cuestionarios a lo largo del curso.

---

**EMAIL: [info@mferrerconsultores.com](mailto:info@mferrerconsultores.com)**

**TELÉFONO: 635952170**

**<https://www.mferrerconsultores.com>**



**Evaluación final:** se recomienda que se realice una vez finalizado todo el curso, es decir, el último día del mismo, para poder responder adecuadamente a las preguntas que se indiquen.

**Evaluación continua:** durante todos los días del curso.

**Evaluación final:** un día después de la finalización del curso.

---

**EMAIL:** [info@mferrerconsultores.com](mailto:info@mferrerconsultores.com)  
**TELÉFONO:** 635952170

**<https://www.mferrerconsultores.com>**