

## COMT0411 GESTIÓN COMERCIAL DE VENTAS



**Área:** Certificados de profesionalidad

**Modalidad:** Teleformación

**Duración:** 530 h

**Precio:** Consultar

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

### CONTENIDOS

MF1000\_3 Organización comercial - UF1723 Dirección y estrategias de la actividad e intermediación comercial - 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 - 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 - 2.5 Cuestionario: Cuestionario - 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 para ejercer la actividad - 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 - 4.5 Redes al servicio de la actividad comercial - 4.6 Cuestionario: Cuestionario - 4.7 Cuestionario: Cuestionario final - UF1724 Gestión económico-financiera básica de la actividad de ventas e intermediación comercial - 1 PRESUPUESTO Y CONTABILIDAD BÁSICA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL - 1.1 Concepto y finalidad del presupuesto - 1.2 Clasificación de los presupuestos - 1.3 El presupuesto financiero - 1.4 Estructura y modelos de los estados financieros provisionales - 1.5 Características de las principales magnitudes contables y masas patrimoniales - 1.6 El equilibrio patrimonial y sus efectos sobre la actividad - 1.7 Estructura y contenido básico de los estados financieros-contables provisionales y reales - 2 FINANCIACIÓN BÁSICA Y VIABILIDAD ECONÓMICA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL - 2.1 Fuentes de financiación de la actividad - 2.2 Instrumentos básicos de análisis económico-financiero de la actividad - 2.3 El seguro - 2.4 Aplicaciones informáticas para la gestión económico-financiera básica - 2.5 Cuestionario: Cuestionario - 3 GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y DOCUMENTAL DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL - 3.1 Organización y archivo de la documentación - 3.2 Facturación - 3.3 Documentación relacionada con la Tesorería - 3.4 Comunicación interna y externa - 3.5 Organización del trabajo comercial - 4 GESTIÓN CONTABLE, FISCAL Y LABORAL BÁSICA EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL - 4.1 Gestión contable básica - 4.2 Gestión fiscal básica - 4.3 Gestión laboral básica - 4.4 Aplicaciones informáticas de gestión contable, fiscal y laboral - 4.5 Cuestionario: Cuestionario - 4.6 Cuestionario: Cuestionario final - MF1001\_3 Gestión de la fuerza de ventas y equipos comerciales - 1 Determinación de la fuerza de ventas - 1.1 Definición y conceptos clave - 1.2 Establecimiento de los objetivos de venta - 1.3 Predicción de los objetivos de ventas - 1.4 El sistema de dirección por objetivos - 2 Reclutamiento y retribución de vendedores - 2.1 El reclutamiento del vendedor - 2.2 El proceso de selección de vendedores - 2.3 Sistemas de retribución de vendedores - 2.4 La acogida del vendedor en la empresa - 2.5 Cuestionario: Cuestionario - 3 LIDERAZGO DEL EQUIPO DE VENTAS - 3.1 Dinamización y dirección de equipos comerciales - 3.2 Estilos de mando y liderazgo - 3.3 Las funciones de un líder - 3.4 La motivación y reanimación del equipo comercial - 3.5 El líder como mentor - 4 ORGANIZACIÓN Y CONTROL DEL EQUIPO COMERCIAL - 4.1 Evaluación del desempeño comercial - 4.2 Las variables de control - 4.3 Los parámetros de control - 4.4 Los instrumentos de control - 4.5 Análisis y evaluación del desempeño de los miembros del equipo comercial - 4.6 Evaluación general del plan de ventas - 4.7 Cuestionario: Cuestionario - 5 FORMACIÓN Y HABILIDADES DEL EQUIPO DE VENTAS - 5.1 Necesidades de la formación del equipo - 5.2 Modalidades de la formación - 5.3 La formación inicial del vendedor - 5.4 La formación permanente del equipo de ventas - 6 LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN EL EQUIPO COMERCIAL - 6.1 Teoría de conflicto en los entornos de trabajo - 6.2 Identificación del conflicto - 6.3 La resolución del conflicto - 6.4 Cuestionario: Cuestionario - 6.5 Cuestionario: Cuestionario final - MF0239\_2 Operaciones de venta - UF0030 Organización de procesos de venta - 1 ORGANIZACIÓN DEL ENTORNO COMERCIAL - 1.1

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

**TELÉFONO:** 635952170

<https://www.mferrerconsultores.com>

Estructura del entorno comercial - 1.2 Fórmulas y formatos comerciales - 1.3 Evolución y tendencias de la comercialización y distribución comercial - 1.4 Estructura y proceso comercial en la empresa - 1.5 Posicionamiento e imagen de marca del producto, servicio y los establecimientos comerciales - 1.6 Normativa general sobre comercio - 1.7 Derechos del consumidor - 2 GESTIÓN DE LA VENTA PROFESIONAL - 2.1 El vendedor profesional - 2.2 Organización del trabajo del vendedor profesional - 2.3 Manejo de las herramientas de gestión, de tareas y planificación de visitas - 2.4 Cuestionario: Cuestionario - 3 DOCUMENTACIÓN PROPIA DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS - 3.1 Documentos comerciales - 3.2 Documentos propios de la compraventa - 3.3 Normativa y usos habituales en la elaboración de la documentación comercial - 3.4 Elaboración de la documentación - 3.5 Aplicaciones informáticas para la documentación comercial - 4 CÁLCULO Y APLICACIONES PROPIAS DE LA VENTA - 4.1 Operativa básica de cálculo aplicado a la venta - 4.2 Cálculo de PVP - 4.3 Estimación de costes de la actividad comercial - 4.4 Fiscalidad - 4.5 Cálculo de descuentos y recargos comerciales - 4.6 Cálculo de rentabilidad y margen comercial - 4.7 Cálculo de comisiones comerciales - 4.8 Cálculo de cuotas y pagos aplazados - intereses - 4.9 Control y seguimiento de costes de márgenes y precios - 4.10 Herramientas e instrumentos para el cálculo aplicados a la venta - 4.11 Cuestionario: Cuestionario - 4.12 Cuestionario: Cuestionario final - UF0031 Técnicas de venta - 1 PROCESOS DE VENTA - 1.1 Tipos de venta - 1.2 Fases del proceso de venta - 1.3 Preparación de la venta - 1.4 Aproximación al cliente - 1.5 Análisis del producto o servicio - 1.6 El argumentario de ventas - 2 APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA - 2.1 Presentación y demostración del producto-servicio - 2.2 Demostraciones ante un gran número de clientes - 2.3 Argumentación comercial - 2.4 Técnicas para la refutación de objeciones - 2.5 Técnicas de persuasión a la compra - 2.6 Ventas cruzadas - 2.7 Técnicas de comunicación aplicadas a la venta - 2.8 Técnicas de comunicación no presenciales - 2.9 Cuestionario: Cuestionario - 3 SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES - 3.1 La confianza y las relaciones comerciales - 3.2 Estrategias de fidelización - 3.3 Externalización de las relaciones con clientes - telemarketing - 3.4 Aplicaciones de gestión de relaciones con el cliente - 4 Resolución de conflictos y reclamaciones propios de la venta - 4.1 Conflictos y reclamaciones en la venta - 4.2 Gestión de quejas y reclamaciones - 4.3 Resolución de reclamaciones - 4.4 Cuestionario: Cuestionario - 4.5 Cuestionario: Cuestionario final - UF0032 Venta online - 1 INTERNET COMO CANAL DE VENTA - 1.1 Las relaciones comerciales a través de Internet - 1.2 Utilidades de los sistemas on-line - 1.3 Modelos de comercio a través de internet - 1.4 Servidores on-line - 2 DISEÑO COMERCIAL DE PÁGINAS WEB - 2.1 El internauta como cliente potencial - 2.2 Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas web - 2.3 Tiendas virtuales - 2.4 Medios de pago en Internet - 2.5 Conflictos y reclamaciones de clientes - 2.6 Aplicaciones a nivel de usuario para el diseño de páginas web comerciales - 2.7 Cuestionario: Cuestionario final - 2.8 Cuestionario: Cuestionario final - MF0503\_3 Promociones en espacios comerciales - 1 PROMOCIÓN EN EL PUNTO DE VENTA - 1.1 Comunicación comercial - 1.2 Planificación de actividades promocionales según el público objetivo - 1.3 La promoción del fabricante y del establecimiento - 1.4 Formas de promoción dirigidas al consumidor - 1.5 Selección de acciones - 1.6 Animación de puntos calientes y fríos en el establecimiento comercial - 1.7 Utilización de aplicaciones informáticas de gestión de proyecto-tareas - 2 MERCHANDISING Y ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTA - 2.1 Definición y alcance del merchandising - 2.2 Tipos de elementos de publicidad en el punto de venta - 2.3 Técnicas de rotulación y serigrafía - 2.4 Mensajes promocionales - 2.5 Aplicaciones informáticas para la autoedición de folletos y carteles publicitarios - 2.6 Cuestionario: Cuestionario - 3 CONTROL DE LAS ACCIONES PROMOCIONALES - 3.1 Criterios de control de las acciones promocionales - 3.2 Cálculo de índices y ratios económicos-financieros - 3.3 Análisis de resultados - 3.4 Aplicación de medidas correctoras en el punto de venta - 3.5 Utilización de hojas de cálculo informático para la organización y control del trabajo - 4 ACCIONES PROMOCIONALES ONLINE - 4.1 Internet como canal de información y comunicación de la empresa-establecimiento - 4.2 Herramientas de promoción online, sitios y estilos web para la promoción de espacios virtuales - 4.3 Páginas web comerciales e informacionales - 4.4 Elementos de la tienda o espacio virtual - 4.5 Elementos de la promoción on-line - 4.6 Cuestionario: Cuestionario - 4.7 Cuestionario: Cuestionario final - MF1002\_2 Inglés profesional para actividades comerciales - 1 Atención al cliente-consumidor en inglés - 1.1 Terminología específica en las relaciones comerciales con los clientes - 1.2 Usos y estructuras habituales en la atención al cliente-consumidor - 1.3 Diferenciación de estilos formal e informal en la comunicación comercial oral y escrita - 1.4 Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes-consumidores - 1.5 Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad - 1.6 Cuestionario: Cuestionario - 2 Aplicación de técnicas de ventas en inglés - 2.1 Presentación de productos-servicios - 2.2 Pautas y convenciones habituales para la detección de necesidades de los clientes-consumidores - 2.3 Fórmulas para la expresión y comparación de condiciones de venta - 2.4 Fórmulas para el tratamiento de objeciones del cliente-consumidor - 2.5 Estructuras sintácticas y usos habituales en la venta telefónica - 2.6 Simulación de situaciones comerciales habituales con clientes - 2.7 Cuestionario: Cuestionario - 3 Comunicación comercial escrita en inglés - 3.1 Estructura y terminología habitual de la documentación comercial básica - 3.2 Cumplimiento de la documentación comercial básica en inglés - 3.3 Redacción de correspondencia comercial - 3.4 Estructura y fórmulas habituales en la elaboración de documentos de comunicación interna en la empresa en inglés - 3.5 Elaboración de informes y presentaciones comerciales en inglés - 3.6 Estructuras sintácticas utilizadas en el comercio electrónico para incentivar la venta - 3.7 Abreviaturas y usos habituales en la comunicación escrita en inglés en diferentes soportes - 3.8 Cuestionario: Cuestionario - 3.9 Cuestionario: Cuestionario final -

---

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

**TELÉFONO: 635952170**

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

## 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.

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.

---

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

**TELÉFONO: 635952170**

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



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.

**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>**