



CURSO PROFESIONAL

# Comercio y Marketing





# Índice

Descripción del Curso 3

¿Cuáles son los requisitos? 3

Destinatarios 3

Temario 4

Metodología 8

Prácticas de Empresa 8

Salidas Profesionales 8

Objetivos 9





# Descripción

- Domina las técnicas de marketing y estrategias de ventas y amplía tus posibilidades laborales.

## ¿Cuáles son los Requisitos?

- Ser mayor de edad.

## Destinatarios

- El Programa de Comercio y Márketing está dirigido a profesionales de pequeñas y medianas empresas (PYMES) que desean mejorar sus competencias en el desarrollo y puesta en marcha de estrategias comerciales. También está orientado a personas que quieren encaminarse profesionalmente hacia el mundo del marketing.



# Temario Abreviado

## ➤ Investigación comercial

- Estudio del entorno comercial.
- Análisis del producto-servicio.
- Argumentación de ventas.

## ➤ Políticas de Márketing

- Estructura y proceso comercial de la empresa.
- Posicionamiento e imagen de marca y producto, servicio y los establecimientos comerciales (Publicidad).
- Operativa básica de cálculo aplicado a la venta.
- Cálculo del PVP, Fiscalidad.
- Cálculo de descuentos y recargas comerciales.
- Cálculo de rentabilidad y margen comercial.
- Cálculo de comisiones comerciales.
- Calculo de cuotas y pagos aplazados.

## ➤ Logística comercial

- Características de los productos y su conservación.
- La gestión de los stocks.
- Inventarios.
- Gestión de aprovisionamiento
- Control de inventarios

## ➤ Márketing en el punto de venta

- Tipos de venta.
- Fases del proceso de venta.
- Preparación de la venta.
- Presentación y demostración del producto-servicio.
- Demostración ante un gran número de clientes.
- Argumentación comercial.
- Técnicas para la refutación de objeciones,
- Técnicas de persuasión a la compra,
- Ventas cruzadas.
- Técnicas de comunicación aplicadas.
- Técnicas de comunicación no presencial.



# Temario Abreviado

## ➤ Gestión de la compraventa

- Vendedor profesional.
- Organización del trabajo del vendedor profesional.
- Manejo de herramientas de gestión y planificación de visitas.
- Documentos comerciales.
- Principales documentos propios de la compraventa.
- Normativas y usos habituales en la elaboración de documentos comerciales.
- Normativa general sobre comercio.
- Derechos del consumidor.

## ➤ Aplicaciones informáticas de propósito general

- Aplicaciones de control y seguimiento de pedidos.
- Facturación y cuentas de clientes
- Herramientas e instrumentos para el cálculo aplicado a la venta.



# Metodología

- Impulsamos el aprendizaje continuo de los estudiantes minimizando dificultades.
- Utilizamos programas formativos de alta calidad.
- La formación e-learning la realizamos con las últimas tecnologías.
- Hacemos seguimientos continuos a cada estudiante.
- La gran mayoría de nuestros cursos y titulaciones los puedes cursar de forma online.
- Los recursos didácticos se actualizan constantemente para una mejor experiencia.

# Prácticas en Empresas

- Al finalizar el curso, el alumno realizará prácticas en empresas del sector.

# Salidas Profesionales

- Recepcionista.
- Encargado.
- Dependiente.
- Comercial.
- Azafatas.
- Técnico de información y atención al cliente.
- Vendedor

# Objetivos

- Evaluar las oportunidades de mercado para el lanzamiento de un producto, en cuanto a tendencias, zonas o segmentos por cubrir y necesidades de clientes potenciales.
- Realizar un análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades) que ha de aportar los datos necesarios para definir los objetivos de marketing estratégico.
- Desarrollar y concretar los objetivos del marketing estratégico en un plan de marketing que coordine las acciones referidas a producto, precio, distribución y comunicación, así como su seguimiento y control.
- Definir los objetivos de posicionamiento dentro del marco del plan de marketing, de manera que aporten diferencias competitivas del propio producto o servicio en relación a la competencia y que sean coherentes con las características del público objetivo.
- Elaborar briefings para la ejecución o la contratación externa de las acciones de comunicación previstas en el plan de marketing, de acuerdo con las características de la empresa, el mercado, el público objetivo, el marketing-mix y el presupuesto.
- Determinar las líneas propias de la actuación comercial en la compra y venta, ajustando el plan de acción definido por la empresa, a las características específicas del cliente.
- Obtener el pedido a través de los diferentes canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta dentro de los márgenes de actuación de venta establecidos por la empresa.
- Gestionar los procesos de seguimiento y postventa según los criterios establecidos por la empresa.



MADRID

Calle Gran Vía, 57 10º J  
28013, Madrid

Tel: 918 277 096

 @Ceifor\_Estudios

 CeiforEstudios

 @CeiforEstudios

 Ceifor Estudios

M ó v i l : + 3 4 6 5 3 2 9 0 2 1 6  
i n f o r m a c i o n @ c e i f o r e s t u d i o s . c o m

[www.ceiforestudios.com](http://www.ceiforestudios.com)

Ceifor Estudios ®