Dirección y Estrategias de la Actividad e Intermediación Comercial

Modalidad: Online

Duración: 28 horas

Objetivos:

En el ámbito del comercio y marketing, es necesario conocer los diferentes campos de la gestión comercial de ventas, dentro del área profesional de compraventa. Así, con el presente curso se pretende aportar los conocimientos necesarios para obtener y procesar de la información necesaria para la definición de estrategias y actuaciones comerciales. Más concretamente, para llevar a cabo la dirección y estrategias de la actividad e intermediación comercial.

Contenidos:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARCO ECONÓMICO DEL COMERCIO Y LA INTERMEDIACIÓN COMERCIAL
El sector del comercio y la intermediación comercial.
El sistema de distribución comercial en la economía.
Fuentes de información comercial.
El comercio electrónico.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. OPORTUNIDADES Y PUESTA EN MARCHA DE LA ACTIVIDAD DE VENTAS E INTERMEDIACIÓN
El entorno de la actividad.
Análisis de mercado.
Oportunidades de negocio.
Formulación del plan de negocio.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARCO JURÍDICO Y CONTRATACIÓN EN EL COMERCIO E INTERMEDIACIÓN COMERCIAL
Concepto y normas que rigen el comercio en el contexto jurídico.
Formas jurídicas para ejercer la actividad por cuenta propia.
El contrato de agencia comercial.
El código deontológico del agente comercial.
Otros contratos de intermediación.
Trámites administrativos previos para ejercer la actividad.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIRECCIÓN COMERCIAL Y LOGÍSTICA COMERCIAL.

Planificación y estrategias comerciales.

Promoción de ventas.

La logística comercial en la gestión de ventas de productos y servicios.

Registro, gestión y tratamiento de la información comercial, de clientes, productos y/o servicios comerciales.

Redes al servicio de la actividad comercial.