



Este curso de Dirección de Comercial pretende introducir al estudiante en los conceptos generales de la gestión de ventas, donde el papel protagonista lo tiene el vendedor. Se centra en las funciones que cumple el vendedor en la empresa y en cómo debe diseñar, organizar y dirigir su trabajo, así como también, en el papel que desempeña el director de ventas como gestor ejecutivo de este trabajo.

Hoy en día, el término vendedor cubre un amplio abanico de actividades. Se les puede llamar vendedores, representantes de ventas, consultores de ventas, ingenieros de venta, etc., pero lo cierto es que su trabajo, en el fondo, es el mismo: dar la cara para proyectar la imagen de la empresa ante los clientes y cumplir con la cuota de venta asignada, entre otras actividades.

Al ser un trabajo diferente al resto de los existentes en las compañías, por sus características y porque la figura de la red de ventas ha ido tomando cada

vez más importancia dentro de la empresa, se hace necesario estudiar en profundidad la Dirección Comercial. Este hecho ayudará a comprender los conceptos generales, así como generar una fuerza de ventas más competitiva.

Objetivos

- Identificar la planificación y la organización de la empresa.
- Conocer el cliente y la venta desde un punto de vista profesional.
- Dominar el proceso de la venta personal.

A quién va dirigido

Este curso se ha preparado y adaptado para ser realizado por cualquier persona que trabaje en una empresa y tenga inquietudes por conocer en profundidad la Dirección de ventas. Puede ayudar a la consecución de los objetivos del curso el hecho de tener conocimientos y experiencia previa en marketing.

Dirección Comercial

- Entender la política de distribución y su contribución a la efectividad de las ventas.
- Conocer cómo las empresas planifican, implantan y dirigen su fuerza de ventas.
- Determinar la cantidad de vendedores.
- Calcular cuotas de venta.
- Delimitar regiones.
- Comprender el papel de la política de remuneración y motivación en el alcance de los objetivos de ventas.
- Seleccionar buenos vendedores que reúnan el perfil necesario para el puesto.
- Reconocer la importancia de la formación de vendedores.
- Aplicar las actuales técnicas y herramientas de ventas.

Programa

La empresa y el entorno jurídico

Unidad 1. Concepto de empresa

Unidad 2. Formas jurídicas de la empresa

Unidad 3. Conceptos fundamentales de las relaciones laborales

Unidad 4. El sistema fiscal español

La Dirección Comercial

Unidad 1. La venta

Unidad 2. Planificación de la campaña de ventas

Unidad 3. Política de remuneración y motivación de la red de ventas

Unidad 4. Selección de los vendedores

Unidad 5. Control y supervisión de la actividad comercial

Unidad 6. Técnicas de venta

Plan de estudios

La empresa y el entorno jurídico

Para que la empresa alcance sus objetivos y obtenga los resultados esperados, es necesario planificar y organizar con anterioridad el camino o estrategia a seguir. Ello es tarea de la administración empresarial, que estudiaremos

en este módulo junto con los diferentes elementos y tipos de empresa que hoy en día existen.

La Dirección comercial

Hoy en día la distribución de productos es una de las áreas con mayor evolución y cambio, debido a que se van creando nuevas formas o sistemas de distribución en el mercado, en el afán de servir mejor al cliente. Donde el fabricante, el intermediario y el cliente final juegan un papel importante es en la comercialización. Definiremos los conceptos de sistemas de distribución: Vertical, Horizontal y Multicanal, como herramientas que la empresa puede utilizar al diseñar sus propios canales

Temporalización

	Horas Lectivas	Meses	Créditos ECTS
Introducción al Campus Virtual	-	0,5	0
La empresa y el entorno jurídico	50	2	2
La Dirección comercial	100	3	4
TOTAL	150	5,5	6

