



FORMACIÓN

Catálogo de Cursos

COMT031PO - DIRECCION COMERCIAL Y MARKETING. SELECCION Y FORMACION DE EQUIPOS

Sector: COMERCIO

Modalidad: ONLINE

Duración: 75.00 horas

Objetivos:

Adquirir los conocimientos necesarios para realizar la selección de un equipo de trabajo comercial y planificar su formación, así como manejar las diferentes estrategias de dirección comercial y gestión del equipo. También participar en la elaboración y desarrollo de un plan de comunicación y marketing 2.0.

Contenidos:

1. EL EQUIPO COMERCIAL DENTRO DE LA EMPRESA.

- 1.1. Organigrama de la empresa.
- 1.2. Gestión del Equipo comercial o fuerza de ventas
- 1.3. Descripción de los puestos de trabajo.
- 1.4. Profesiograma de los puestos de trabajo.
- 1.5. Planes de carrera.

2. SELECCIÓN DEL EQUIPO COMERCIAL.

- 2.1. Clasificación de las candidaturas.
- 2.2. Selección de curriculums.
- 2.3. Estrategias y tipos de entrevistas.
- 2.4. Análisis de los candidatos.
- 2.5. Comprobación de referencias.

3. FORMACIÓN DEL EQUIPO COMERCIAL.

- 3.1. Plan de formación del departamento comercial.
- 3.2. Formación en captación.
- 3.3. Formación en fidelización.
- 3.4. Formación en recursos para el trato con clientes.

4. EL EQUIPO COMERCIAL.

- 4.1. Estructura Organizativa.
- 4.2. Descripción de puestos del departamento comercial.
- 4.3. Comunicación en el equipo comercial.
- 4.4. Ética profesional.

(Este epígrafe sólo se cumplimentará si existen requisitos legales para el ejercicio de la profesión)

9. Requisitos oficiales de los centros:

(Este epígrafe sólo se cumplimentará si para la impartición de la formación existe algún requisito de homologación /

autorización del centro por parte de otra administración competente.

incidencias técnicas del alumnado. El servicio, que deberá estar disponible para el alumnado desde el

inicio hasta la finalización de la acción formativa, deberá mantener un horario de funcionamiento de

mañana y de tarde, tendrá que ser accesible mediante teléfono y mensajería

electrónica y no podrá superar un tiempo de demora en la respuesta superior a 2 días laborables.

2. Requisitos técnicos del contenido virtual de aprendizaje

Para garantizar la calidad del proceso de aprendizaje del alumnado, el contenido virtual de aprendizaje de las especialidades formativas no dirigidas a la obtención de certificados de profesionalidad mantendrá una estructura y funcionalidad homogénea, cumpliendo los siguientes requisitos:

- Como mínimo, ser los establecidos en el correspondiente programa formativo que conste en el fichero de especialidades formativas previsto en el artículo 20.3 del Real Decreto 395/2007, de 23 de marzo y esté asociado a la especialidad formativa para la que se solicita inscripción.
- Estar referidos tanto a los conocimientos como a las destrezas prácticas y habilidades recogidas en los objetivos de aprendizaje de los citados programas formativos, de manera que en su conjunto permitan conseguir los resultados de aprendizaje previstos.
- Organizarse a través de índices, mapas, tablas de contenido, esquemas, epígrafes o titulares de fácil discriminación y secuenciarse pedagógicamente de tal manera que permitan su comprensión y retención.
- No ser meramente informativos, promoviendo su aplicación práctica a través de actividades de aprendizaje (autoevaluables o valoradas por el tutor-formador) relevantes para la práctica profesional, que sirvan para verificar el progreso del aprendizaje del alumnado, hacer un seguimiento de sus dificultades de aprendizaje y prestarle el apoyo adecuado.
- No ser exclusivamente textuales, incluyendo variados recursos (necesarios y relevantes), tanto estáticos como interactivos (imágenes, gráficos, audio, video, animaciones, enlaces, simulaciones, artículos, foro, chat, etc.). de forma periódica.
- Poder ser ampliados o complementados mediante diferentes recursos adicionales a los que el alumnado pueda acceder y consultar a voluntad.
- Dar lugar a resúmenes o síntesis y a glosarios que identifiquen y definan los términos o vocablos básicos, relevantes o claves para la comprensión de los aprendizajes.
- Evaluar su adquisición durante o a la finalización de la acción formativa a través de actividades de evaluación (ejercicios, preguntas, trabajos, problemas, casos, pruebas, etc.), que permitan medir el rendimiento o desempeño del alumnado.

5. DIRECCIÓN COMERCIAL.

- 5.1. Estrategia de dirección.
- 5.2. Dirección de equipos.
- 5.3. Habilidades directivas.
- 5.4. Toma de decisiones.

6. GESTIÓN DEL EQUIPO COMERCIAL.

- 6.1. Motivación y remuneración del equipo comercial.
- 6.2. Seguimiento y evaluación comercial.
- 6.3. Planificación del equipo comercial.
- 6.4. Aspectos económico-financieros de las condiciones comerciales.

7. EL PLAN DE MARKETING.

- 7.1. Investigación y mercado.

- 7.2. Marketing mix.
- 7.3. El Plan de Comunicación.
- 7.4. Conclusiones.
- 8. ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD.
- 8.1. El briefing.
- 8.2. Estrategias de publicidad.
- 8.3. Tipos de estrategias publicitarias.
- 8.4. Conclusiones.
- 9. MARKETING 2.0.
- 9.1. WEB 2.0.
- 9.2. Marketing en internet.
- 9.3. Marketing 2.0