

adaptium

Dependiente de Comercio



Área: MARKETING Y VENTAS

Modalidad: Teleformación

Duración: 20 h

Precio: Consultar

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

OBJETIVOS

Este curso permite adquirir los conocimientos necesarios para el buen desempeño de un oficio. Se exponen conocimientos generales de la materia, al igual que trata de forma específica, de conceptos imprescindibles para una buena conclusión de trabajos en el mundo laboral. Este curso, pretende consolidar y mejorar los conocimientos sobre el oficio concreto.

CONTENIDOS

1 La comunicación - 1.1 Introducción - 1.2 La comunicación - 1.3 El proceso de comunicación - 1.4 La comunicación en la venta - 1.5 Cuestionario: La comunicación - 2 La comunicación oral y no verbal - 2.1 La comunicación oral - 2.2 Características principales de la comunicación oral - 2.3 Normas para la comunicación oral efectiva - 2.4 Reglas para hablar bien en público - 2.5 Reglas para hablar por teléfono - 2.6 La comunicación no verbal o lenguaje del cuerpo - 2.7 Caso práctico Tema 2 - 2.8 Cuestionario: La comunicación oral y no verbal - 3 La comunicación escrita - 3.1 La comunicación escrita - 3.2 Normas para una buena comunicación escrita - 3.3 Confección de una carta comercial - 3.4 Tipos de cartas comerciales - 3.5 Medios empresariales más usados en las comunicaciones - 3.6 Caso práctico Tema 3 - 3.7 Cuestionario: La comunicación escrita - 4 El producto como elemento de la venta - 4.1 Introducción - 4.2 Cualidades de los productos - 4.3 Importancia del conocimiento del producto - 4.4 Clasificación de los productos - 4.5 Ciclo de vida del producto - 4.6 Caso práctico Tema 4 - 4.7 Cuestionario: El producto como elemento de la venta - 5 El nuevo vendedor profesional - 5.1 Introducción - 5.2 Clases de vendedores - 5.3 Los conocimientos del vendedor - 5.4 Motivación y destreza - 5.5 Análisis del perfil del vendedor - 5.6 El panel del vendedor - 5.7 Cuestionario: El nuevo vendedor profesional - 6 La venta y el marketing - 6.1 Introducción - 6.2 El proceso de decisión de compra - 6.3 El consumidor como sujeto de la venta - 6.4 El comportamiento del consumidor - 6.5 Necesidades y motivaciones de compra - 6.6 Análisis de los diferentes tipos de clientes - 6.7 Cuestionario: La venta y el marketing - 7 Técnicas de venta - 7.1 Introducción - 7.2 La entrevista - 7.3 Contacto y presentación - 7.4 Sondeo - 7.5 Argumentación - 7.6 La entrevista - 7.7 Material de apoyo - 7.8 Las objeciones - 7.9 Tratamiento de las objeciones - 7.10 El cierre de la venta - 7.11 Cuestionario: Técnicas de venta - 8 Introducción a la gestión de stocks - 8.1 Conceptos básicos de aprovisionamiento stocks - 8.2 Definición y aspectos básicos del stock - 8.3 Nivel de servicio y coste de ruptura del stock - 8.4 El stock de seguridad - 8.5 Cuestionario: Introducción a la gestión de stocks - 9 Características y hábitos del consumidor habitual - 9.1 Introducción - 9.2 Proceso de decisión de compra dentro del establecimiento comercial - 9.3 Tipos de compras - 9.4 Principales instrumentos de conocimiento del consumidor - 9.5 Cuestionario: Características y hábitos del consumidor habitual - 10 La fachada del punto de venta - 10.1 Introducción - 10.2 La fachada - 10.3 El escaparate - 10.4 Señalización exterior - 10.5 Cuestionario: La fachada del punto de venta - 11 El espacio de venta - 11.1 Introducción - 11.2 Definición de las secciones - 11.3 Las zonas en la sala de ventas - 11.4 Localización de las secciones - 11.5 La elección del mobiliario - 11.6 Cuestionario: El espacio de venta - 11.7 Cuestionario: Cuestionario final -

METODOLOGIA

- **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

adaptium

conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.

- En todo momento contará con un el **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. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **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.
- **El curso puede realizarse exclusivamente a través de Internet pero si el estudiante lo desea puede adquirir un manual impreso**. De esta manera podrá volver a consultar la información del curso siempre que lo desee sin que necesite utilizar el Campus Virtual o, estar conectado a Internet.

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.