

Duración

50 horas

Objetivos

Orientar y mantener su actuación en el mercado de trabajo de acuerdo a sus propias capacidades.

Contenidos

☑ **Estudio del Mercado.**

- ✓ Investigación de Mercados: Fases.
- ✓ Métodos para la Investigación de Mercados.
- ✓ Análisis Cuantitativo y Análisis Cualitativo.
- ✓ La competencia.
- ✓ Estudio del Mercado.

☑ **El Surtido.**

- ✓ Composición del Surtido.
- ✓ Mezcla de Productos.
- ✓ Características Comerciales del Surtido.
- ✓ El Plan Portafolio de la Empresa.

☑ **El Precio.**

- ✓ Fijación del Precio.
- ✓ Técnicas de Fijación de Precios.
- ✓ Selección del Precio Final.
- ✓ Descuentos en los Precios y otras Deducciones.
- ✓ Impuestos.

☑ **La Fuerza de Ventas.**

- ✓ Definición de la Fuerza de Ventas.
- ✓ Constitución de la Fuerza de Ventas.
- ✓ La Dirección de la Fuerza de Ventas: el Jefe de Ventas.

☑ **Relación Empresa-Fuerza de Ventas.**

- ✓ Objetivos de la Fuerza de Ventas.
- ✓ Estrategia de la Fuerza de Ventas.
- ✓ Organización de la Fuerza de Ventas.
- ✓ Tamaño de la Fuerza de Ventas.
- ✓ Remuneración de la Fuerza de Ventas.

☑ **Formas de Venta.**

- ✓ La Venta de Servicios.
- ✓ La Venta Electrónica.
- ✓ El Intercambio Comercial.
- ✓ La Venta a Grupos.

- ✓ La Venta Telefónica o Telemárketing.
- ✓ Características de otras Ventas.