

DEPENDIENTE DE COMERCIO (MV006)

MODALIDAD	Teleformación	Hs. DURACIÓN	20
UNIDADES	TEMAS		
La comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción • La comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> • El proceso de comunicación • La comunicación en la venta 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario: La comunicación
La comunicación oral y no verbal	<ul style="list-style-type: none"> • La comunicación oral • Características principales de la comunicación oral • Normas para la comunicación oral efectiva 	<ul style="list-style-type: none"> • Reglas para hablar bien en público • Reglas para hablar por teléfono • La comunicación no verbal o lenguaje del cuerpo 	<ul style="list-style-type: none"> • Caso práctico Tema 2 • Cuestionario: La comunicación oral y no verbal
La comunicación escrita	<ul style="list-style-type: none"> • La comunicación escrita • Normas para una buena comunicación escrita • Confección de una carta comercial 	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de cartas comerciales • Medios empresariales más usados en las comunicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Caso práctico Tema 3 • Cuestionario: La comunicación escrita
El producto como elemento de la venta	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción • Cualidades de los productos • Importancia del conocimiento del producto 	<ul style="list-style-type: none"> • Clasificación de los productos • Ciclo de vida del producto 	<ul style="list-style-type: none"> • Caso práctico Tema 4 • Cuestionario: El producto como elemento de la venta
El nuevo vendedor profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción • Clases de vendedores • Los conocimientos del vendedor 	<ul style="list-style-type: none"> • Motivación y destreza • Análisis del perfil del vendedor 	<ul style="list-style-type: none"> • El panel del vendedor • Cuestionario: El nuevo vendedor profesional
La venta y el marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción • El proceso de decisión de compra • El consumidor como sujeto de la venta 	<ul style="list-style-type: none"> • El comportamiento del consumidor • Necesidades y motivaciones de compra 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de los diferentes tipos de clientes • Cuestionario: La venta y el marketing
Técnicas de venta	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción • La entrevista • Contacto y presentación • Sondeo 	<ul style="list-style-type: none"> • Argumentación • La entrevista • Material de apoyo • Las objeciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Tratamiento de las objeciones • El cierre de la venta • Cuestionario: Técnicas de venta
Introducción a la gestión de stocks	<ul style="list-style-type: none"> • Conceptos básicos de aprovisionamiento stocks • Definición y aspectos básicos del stock 	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de servicio y coste de ruptura del stock • El stock de seguridad 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario: Introducción a la gestión de stocks
Características y hábitos del consumidor habitual	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción • Proceso de decisión de compra dentro del establecimiento comercial 	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de compras • Principales instrumentos de conocimiento del consumidor 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario: Características y hábitos del consumidor habitual
La fachada del punto de venta	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción • La fachada 	<ul style="list-style-type: none"> • El escaparate • Señalización exterior 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario: La fachada del punto de venta
El espacio de venta	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción • Definición de las secciones • Las zonas en la sala de ventas 	<ul style="list-style-type: none"> • Localización de las secciones • La elección del mobiliario 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario: El espacio de venta • Cuestionario: Cuestionario final