

DIRECCIÓN Y ESTRATEGIAS DE LA ACTIVIDAD E INTERMEDIACIÓN COMERCIAL UF1723

SKU: EVOL-3282-iNO-B | Categorías: COMERCIO Y MARKETING, Comercio y Marketing

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas 60

Acreditado por Universidad NO

Créditos ECTS 0

Más información

CONTENIDO ADAPTADO A CERTIFICADO DE

PROFESIONALIDAD

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos

En el ámbito del comercio y marketing, es necesario conocer los diferentes campos de la gestión comercial de ventas, dentro del área profesional de compraventa. Así, con el presente curso se pretende aportar los conocimientos necesarios para obtener y procesar de la información necesaria para la definición de estrategias y actuaciones comerciales. Más concretamente, para llevar a cabo la dirección y estrategias de la actividad e intermediación comercial.

Contenidos

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARCO ECONÓMICO DEL COMERCIO Y LA INTERMEDIACIÓN COMERCIAL

- 1. El sector del comercio y la intermediación comercial.
- 2. El sistema de distribución comercial en la economía.
- 3. Fuentes de información comercial.
- 4. El comercio electrónico.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. OPORTUNIDADES Y PUESTA EN MARCHA DE LA ACTIVIDAD DE VENTAS E INTERMEDIACIÓN

- 1. El entorno de la actividad
- 2. Análisis de mercado
- 3. Oportunidades de negocio
- 4. Formulación del plan de negocio

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARCO JURÍDICO Y CONTRATACIÓN EN EL COMERCIO E INTERMEDIACIÓN COMERCIAL

1. Concepto y normas que rigen el comercio en el contexto jurídico







Telefono y whatsapp +34 630 06 65 14

- 2. Formas jurídicas para ejercer la actividad por cuenta propia
- 3. El contrato de agencia comercial
- 4. El código deontológico del agente comercial
- 5. Otros contratos de intermediación
- 6. Trámites administrativos previos para ejercer la actividad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIRECCIÓN COMERCIAL Y LOGÍSTICA COMERCIAL.

- 1. Planificación y estrategias comerciales
- 2. Promoción de ventas
- 3. La logística comercial en la gestión de ventas de productos y servicios
- 4. Registro, gestión y tratamiento de la información comercial, de clientes, productos y/o servicios comerciales
- 5. Redes al servicio de la actividad comercial



