

Organización comercial



Área: Sin clasificar
Modalidad: Mixta
Duración: 120 h
Horas presenciales: 72
Horas teleformación: 48
Precio: Consultar

[Curso Bonificable](#)
[Contactar](#)
[Recomendar](#)
[Matricularme](#)

OBJETIVOS

Obtener y procesar la información necesaria para la definición de estrategias y actuaciones comerciales.

CONTENIDOS

1. Marco económico del comercio y la intermediación comercial - El sector del comercio y la intermediación comercial: ■ Características del comercio al por menor. ■ Características del comercio al por mayor. ■ Intermediación comercial: figuras habituales y características. - El sistema de distribución comercial en la economía: ■ Factores y funciones de la distribución. ■ Formas y canal de distribución ■ Los intermediarios y sus funciones. ■ La gestión del canal de distribución. ■ Relaciones en el canal de distribución. - Fuentes de información comercial. - El comercio electrónico: ■ Relaciones comerciales entre empresas (B2B) y ■ Relaciones comerciales con clientes (B2C). ■ Relaciones y trámites con la administración (B2A). 2. Oportunidades y puesta en marcha de la actividad de ventas e intermediación - El entorno de la actividad: ■ El microentorno. ■ El macroentorno. - Análisis de mercado: ■ La identificación de segmentos de mercado: el público objetivo. ■ El análisis de la competencia. ■ Posicionamiento estratégico y cuotas de mercado. - Oportunidades de negocio: ■ La necesidad de intermediación y comercialización. ■ Externalización de la fuerza de ventas y atención al cliente. ■ Análisis DAFO de las oportunidades de negocio. - Formulación del plan de negocio: ■ Objetivos y metas. ■ Misión del negocio. ■ Visión del negocio. ■ Previsión de necesidades de inversión. ■ Previsión de ventas: objetivos a alcanzar. ■ La diferenciación del producto. ■ Dificultad de acceso a canales de distribución: barreras invisibles. ■ Tipos de estructuras productivas: instalaciones y recursos materiales y humanos. 3. Marco jurídico y contratación en el comercio e intermediación comercial. - Concepto y normas que rigen el comercio en el contexto jurídico: ■ Comercio interior ■ Comercio internacional - Formas jurídicas para ejercer la actividad por cuenta propia: ■ El agente comercial ■ El distribuidor ■ Oras figuras. - El contrato de agencia comercial: ■ Formalización del contrato: elementos y cláusulas habituales. ■ Actuación del agente: obligaciones y derechos de las partes. ■ Sistema de remuneración. ■ Extinción del contrato. - El código deontológico del agente comercial: ■ La colegiación del agente. - Otros contratos de intermediación: ■ Contrato de distribución. ■ Contrato de comisión. - Trámites administrativos previos para ejercer la actividad: ■ Obtención de licencias. ■ Permisos y reglamentación de la actividad. 4. Dirección comercial y logística comercial. - Planificación y estrategias comerciales: ■ Planificación estratégica y marketing; variables de marketing. ■ Plan estratégico de ventas: objetivos comerciales y objetivos de ventas. ■ Presupuesto de ventas. - Promoción de ventas: ■ Objetivos. ■ Acciones promocionales: efectos y costes. ■ Elaboración del argumentarlo comercial. - La logística comercial en la gestión de ventas de productos y servicios. ■ Gestión del ciclo de ventas según el tipo de producto y servicios. ■ Obsolescencia, caducidad, campañas periódicas, innovaciones y entrada de nuevos productos. ■ Las existencias de productos almacenados, el stock. ■ Documentación y procedimiento administrativo de pedidos. ■ Ratios de gestión de pedidos y control de stocks. - Registro, gestión y tratamiento de la información comercial, de clientes, productos y/o servicios comerciales. ■ Aplicaciones para la gestión de las relaciones con clientes CRM (Customer Relationship Management). - Redes al servicio de la actividad comercial: ■ Redes y asociacionismo corporativo ■ Actitud y capacidad emprendedora 5. Presupuestos y contabilidad básica de la actividad comercial. - Concepto y finalidad del presupuesto ■ El proceso presupuestario. ■ Usos, objetivos y funciones del presupuesto. ■ Clases de presupuestos: de inversión, de ventas, de control. -Clasificación de los presupuestos: ■ El pronóstico de ventas. ■ El presupuesto de ventas (ingresos). ■ El presupuesto de costes. ■ Los ratios de control. ■ El Cuadro de mando de control presupuestario. - El presupuesto financiero: ■ Fuentes de financiación. ■ Criterios de selección. - Estructura y modelos de los estados financieros previsionales: ■ Significado, interpretación y elaboración de estados financieros previsionales y reales. ■ El equilibrio financiero. - Características de las principales magnitudes contables y masas patrimoniales: ■ Activo. ■ Pasivo. ■ Patrimonio neto. ■ Circulante. ■ Inmovilizado. - El equilibrio patrimonial y sus efectos sobre la actividad. ■

Equilibrio total. ■ Equilibrio normal o estabilidad financiera. ■ Situación de insolvencia temporal. ■ Situación de insolvencia definitiva. ■ Punto de equilibrio financiero. - Estructura y contenido básico de los estados financiero-contables previsionales y reales: ■ Balance. ■ Cuenta de Pérdidas y Ganancias. ■ Tesorería. ■ Patrimonio Neto. ■ Memoria económico-financiera de la actividad. 6. Financiación básica y viabilidad económica de la actividad comercial - Fuentes de financiación de la actividad: ■ Recursos y productos financieros: propios y ajenos. ■ Los efectos comerciales. ■ Gestión de cobro y descuento de efectos comerciales. ■ Otras formas de financiación. - Instrumentos básicos de análisis económico-financiero de la actividad: ■ Rentabilidad de proyectos de inversión. ■ Cálculo e interpretación de ratios financieros, económicos y de rotación. ■ Las desviaciones y mecanismos de corrección de desequilibrios económico-financieros, - El Seguro: ■ Necesidad de aseguramiento. ■ Pólizas de seguros. - Aplicaciones informática para la gestión económico-financiera básica. ■ La hoja de cálculo aplicada a la elaboración de presupuestos y estados financieros reales y previsionales. 7. Gestión administrativa y documental de la actividad comercial - Organización y archivo de la documentación: ■ Proceso administrativo y flujos documentales de información. - Facturación: ■ Confección de facturas con distintos tipos de IVA. ■ Notas de abono. ■ Notas de gastos. ■ Pedidos y otra documentación comercial. - Documentación relacionada con la Tesorería: ■ Medios de cobro y pago. - Comunicación interna y externa: ■ Presentaciones, informes y correspondencia comercial ■ Documentación e informes comerciales: - Organización del trabajo comercial. ■ Aplicaciones específicas de gestión comercial. ■ Agenda y PDAs. ■ Aplicaciones de organización y gestión del tiempo. 8. Gestión contable, fiscal y laboral básica en la actividad comercial. - Gestión contable básica: ■ Obligaciones contables en función de la forma jurídica. ■ Los libros contables. ■ El método de partida doble. ■ Las cuentas anuales. ■ Registro contable de operaciones. ■ Elaboración de cuentas y equilibrio contable. - Gestión fiscal básica: ■ Principales declaraciones tributarias. ■ Declaración censal. ■ Calendario fiscal. ■ Cumplimentación y tramitación fiscal de las declaraciones tributarias. ■ Declaración de IVA. ■ Declaración del IAE e IRPF. ■ Otras obligaciones fiscales - Gestión laboral básica: ■ Obligaciones periódicas de carácter social y laboral de la actividad. ■ Cumplimentación y tramitación de documentos laborales. - Aplicaciones informáticas de gestión contable, fiscal y laboral: ■ Paquetes integrados de gestión económica.

METODOLOGIA

Principios metodológicos de la acción formativa

- Conocer y partir del perfil de entrada de los asistentes en cuanto a nivel de conocimiento y desarrollo profesional.
- Procurar que el objeto de aprendizaje sea coherente, claro y lógico y aparezca ante los asistentes adecuadamente presentado.
- Motivar a los asistentes para lograr un esfuerzo continuado acorde con el proceso de aprendizaje y su duración.

Características de la acción formativa

- Formación directa entre alumno y profesor.
- Formación específica ajustando el Temario a los objetivos a cumplir.
- Formación adaptada incorporando ejemplos prácticos y clarificadores.
- Formación participativa motivando a los asistentes a que sean agentes principales del desarrollo de la acción.
- Formación documentada apoyando siempre las explicaciones del docente del correspondiente material didáctico: presentaciones, guiones, documentaciones, libros, etc.