Nuevas tecnologías de la información en Gestiones comerciales (90 horas)



Categoría: Informática, Programación y Comunicaciones
Página del curso: https://www.ensenanzadual.com/cursos/nuevas-tecnologias-de-la-informacion-en-gestiones-comerciales-90-horas/

Objetivo

Con el Curso de **90 horas** de **Nuevas tecnologías de la información en Gestiones comerciales** adquirirás los conocimientos necesarios para cambiar de carrera o actualizar tus competencias profesionales, no lo dudes más y solicita información sobre este curso subvencionado.

Descripción

Técnicas de ventas y gestiones comerciales

UD 1. Organización del entorno comercial

- 1.1 Estructura del entorno comercial - 1.2 Macroentorno - 1.3 Microentorno - 1.4 Comercio al por menor - 1.5 Comercio al por mayor - 1.6 Agentes - 1.7

Formulas y formatos comerciales - 1.8 Evolución y tendencias de la comercialización - 1.9 Estructura y proceso comercial de la empresa - 1.10 Posicionamiento e imagen de marca del producto - 1.11 Normativa general sobre comercio - 1.12 Derechos del consumidor

UD 2. Gestión de la venta profesional

- 2.1 El vendedor profesional - 2.2 Clases de vendedor - 2.3 Los conocimientos del vendedor - 2.4 Motivación y destreza - 2.5 Organización del trabajo del vendedor profesional - 2.6 Manejo de herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas - 2.7 Planificación

UD 3. Documentación propia de la venta de productos y servicios

- 3.1 Documentos comerciales - 3.2 Documentos de pago - 3.3 Documentos propios de la compra-venta - 3.4 Normativa y usos habituales - 3.5 Elaboración de la documentación - 3.6 Aplicaciones informáticas

UD 4. Cálculo y aplicaciones propias de la venta

- 4.1 Operativa básica de cálculo aplicado a la empresa - 4.2 Cálculo de PVP - 4.3 Precio mínimo de venta - 4.4 Precio competitivo - 4.5 Estimación de costes de la actividad comercial - 4.6 El IVA - 4.7 Impuestos especiales - 4.8 Cálculos de descuentos y recargos comerciales - 4.9 Descuentos - 4.10 Recargos comerciales - 4.11 Calculo de rentabilidad y margen comercial - 4.12 Calculo de comisiones comerciales - 4.13 Calculo de cuotas y pagos aplazados - 4.14 Aplicaciones de control y seguimiento de pedidos - 4.15 Herramientas e instrumentos para el calculo aplicados a la venta - 4.16 Cuestionario: Cuestionario repaso tema 1 al 4

UD 5. Procesos de ventas

- 5.1 Tipos de ventas - 5.2 Fases del proceso de venta - 5.3 La entrevista - 5.4 Preparación a la venta - 5.5 Sondeo - 5.6 Aproximación al cliente - 5.7 Análisis del producto-servicio - 5.8 Argumentario de ventas

UD 6. Aplicación de técnicas de ventas

- 6.1 Presentación y demostración del producto-servicio - 6.2 Demostraciones ante un gran número de clientes - 6.3 Argumentacion comercial - 6.4 Técnica para la refutación de objetivos - 6.5 Técnicas de persuasión a la compra - 6.6

Ventas cruzadas - 6.7 Técnicas de comunicación aplicadas a la venta - 6.8 Técnicas de comunicación no presenciales

UD 7. Seguimiento y fidelización de clientes

- 7.1 La confianza y las relaciones comerciales - 7.2 Estrategias de fidelización - 7.3 Externalización de las relaciones con cliente Tele

UD 8. Resolución de conflictos y reclamaciones propios de la venta

- 8.1 Conflictos y reclamaciones en la venta - 8.2 Gestión de quejas y reclamaciones - 8.3 Resolución de reclamaciones - 8.4 Cuestionario: Cuestionario repaso del tema 5 al 8

UD 9. Internet como canal de venta

- 9.1 Las relaciones comerciales a través de internet - 9.2 Utilidades de los sistemas online - 9.3 Modelos de comercio a través de internet - 9.4 Servidores online

UD 10. Diseño comercial de página Web

- 10.1 El internauta como cliente potencial y real - 10.2 Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas Web - 10.3 Tiendas virtuales - 10.4 Medios de pago en internet - 10.5 Conflictos y reclamaciones de clientes - 10.6 Aplicaciones para el diseño de páginas Web comerciales - 10.7 Cuestionario: Cuestionario repaso tema 9 y 10 - 10.8 Cuestionario: Cuestionario final

Comercio electrónico o e-commerce

UD 1. Introducción al comercio electronico

- 1.1 Definición - 1.2 Situación actual - 1.3 Comercio electrónico contra comercio tradicional - 1.4 Ventajas e inconvenientes - 1.5 Cuestionario: Introducción al comercio electrónico

UD 2. La cadena de valor en el comercio electrónico

- 2.1 Definición - 2.2 Impacto de Internet en la cadena de valor - 2.3 Herramientas para el intercambio de información - 2.4 Cadena de valor electrónica - 2.5 Cuestionario: La cadena de valor en el comercio electrónico

UD 3. Aspectos tecnológicos del comercio electrónico

- 3.1 IPS - Internet Service Providers - 3.2 Estructuras - 3.3 Contenidos - 3.4 Distribución - 3.5 Otros servicios para intercambiar información - 3.6 Descarga

de archivos - FTP - 3.7 Cuestionario: Aspectos tecnológicos del comercio electrónico

UD 4. El comercio electrónico entre empresas B2B

- 4.1 Introducción - 4.2 Mercados B2B - 4.3 Pasos básicos de la transacción comercial - 4.4 Ejemplos de mercado B2B - 4.5 Servicios que ofrecen las plataformas B2B - 4.6 Cuestionario: El comercio electrónico entre empresas B2B

UD 5. El comercio electrónico empresas-cliente B2C

- 5.1 Introducción - 5.2 Mercados B2C - 5.3 Crear una tienda virtual - 5.4 Cuestionario: El comercio electrónico empresa-cliente B2C

UD 6. E-comercio al servicio de la gestión empresarial

- 6.1 Introducción - 6.2 Evolución del comercio electrónico en las empresas - 6.3 Gestión en los diferentes departamentos - 6.4 Cuestionario: E-comercio al servicio de la gestión empresarial

UD 7. Técnicas de Marketing en Internet

- 7.1 Introducción - 7.2 Planificación del e-marketing - 7.3 Técnicas para la personalización - 7.4 Técnicas para la publicidad - 7.5 Técnicas para la fidelización - 7.6 El éxito online es cuantificable - indicadores de éxito - 7.7 Las expectativas de tus clientes - 7.8 El factor clave del éxito - la diferencia es lo que cuenta - 7.9 Usabilidad - 7.10 Confianza y seguridad - 7.11 Marketing y ventas - 7.12 Servicio al cliente - 7.13 Cuestionario: Técnicas de marketing en Internet

UD 8. Atención al cliente

- 8.1 Introducción - 8.2 Atención al cliente en la etapa de precompra - 8.3 Atención al cliente en la etapa de compra - 8.4 Atención al cliente - servicio posventa - 8.5 Ejemplo de atención al cliente - 8.6 Cuestionario: Atención al cliente

UD 9. Seguridad en las transacciones

- 9.1 Introducción - 9.2 Protocolo TLS - 9.3 Funcionamiento del protocolo TLS - 9.4 Aplicaciones del protocolo TLS - 9.5 Implementación del protocolo TLS - 9.6 Protocolo SET - Secure Electronic Transaction - 9.7 Pasos de una transacción

SET - 9.8 Criptografía - 9.9 Otros sistemas de proteccion - 9.10 Cuestionario: Seguridad en las transacciones

UD 10. Medios de pago y procesos de cobro

- 10.1 Introducción - 10.2 Pago con tarjeta - TPV Virtual - 10.3 Pago directo con tarjeta - 10.4 Dinero electrónico o eCash - 10.5 CYBERCASH - 10.6 MILLICENT - 10.7 Otras formas de pago - 10.8 Cuestionario: Medios de pago y procesos de cobro.

UD 11. Logística y distribución

- 11.1 Introducción - 11.2 Nuevos servicios - 11.3 Cuestionario: Logística y distribución

UD 12. Consideraciones jurídicas y legales

- 12.1 Introducción - 12.2 Ley de protección de datos de carácter personal - 12.3 Legislación sobre propiedad intelectual - 12.4 Contratación electrónica - la LSSICE - 12.5 Aspectos más relevantes de la LSSICE - 12.6 La firma electrónica - 12.7 Cuestionario: Consideraciones jurídicas y legales

UD 13. Perspectivas del comercio electrónico

- 13.1 Situación actual - 13.2 Perspectivas - 13.3 Amenazas existentes en el comercio electrónico - 13.4 Sellos de confianza - 13.5 Dónde y cómo reclamar si la compra no es satisfactoria - 13.6 Caso práctico - Ejemplo de exito - 13.7 Cuestionario: Perspectivas para el comercio electrónico. - 13.8 Cuestionario: Cuestionario final **Telemarketing o mercadotecnia directa**

UD 1. Conceptos básicos de marketing

- 1.1 Introducción - 1.2 Desarrollo histórico del Marketing - 1.3 Importancia actual del Marketing - 1.4 Definición de Marketing - 1.5 Enfoques empresariales del Marketing - 1.6 Actividades de Marketing - 1.7 Marketing MIX - 1.8 Factores que influyen en el Marketing - 1.9 Practica - Las diez realidades del Marketing - 1.10 Cuestionario: Conceptos básicos de Marketing

UD 2. Administracion de clientes

- 2.1 Definición de CRM - 2.2 Motivos por los que implantar el CRM - 2.3 Métodos para la administración de las relaciones con los clientes - 2.4 Marketing relacional - 2.5 Finalidad del marketing relacional - 2.6 Ventajas de

su implantación - 2.7 Expectativas del CRM - 2.8 Las realidades del CRM - 2.9 Conclusiones finales - 2.10 Practica - Implantacion del CRM - 2.11 Cuestionario: Administración de clientes

UD 3. Telemarketing

- 3.1 Introducción - 3.2 Telemarketing - 3.3 Acciones de venta del telemarketing - 3.4 Promociones de ventas - 3.5 Ventajas del telemarketing - 3.6 Desventajas - 3.7 Práctica - Contrarrestar las desventajas del telemarketing - 3.8 Cuestionario: Telemarketing

UD 4. La comunicación y la conducta del consumidor

- 4.1 La comunicación - 4.2 La comunicación en la venta - 4.3 La comunicación oral - 4.4 Normas para una comunicación efectiva - 4.5 Normas para hablar correctamente - 4.6 Lenguaje telefónico - 4.7 Palabras y expresiones que no deben utilizarse - 4.8 Expresiones que deben utilizarse - 4.9 Cuestionario: La comunicación y la conducta del consumidor

UD 5. Fidelización, satisfacción y reclamaciones del cliente

- 5.1 Introducción fidelización - 5.2 Satisfacción del cliente - 5.3 Programas de fidelización - 5.4 Las reclamaciones - 5.5 Actitud que conviene adoptar frente a una reclamación - 5.6 Práctica - Grado satisfacción del cliente - 5.7 Cuestionario: Fidelización y satisfacción del cliente

UD 6. Estudio del cliente

- 6.1 Introducción estudio de cliente - 6.2 Características y hábitos del consumidor - 6.3 El consumidor como sujeto de la venta - 6.4 El comportamiento del consumidor - 6.5 Necesidades y motivaciones para la compra - 6.6 Motivación o motivo - 6.7 Análisis de los diferentes clientes - 6.8 Segmentación del mercado de consumidores - 6.9 Maneras de segmentar - 6.10 Conociendo el comportamiento del consumidor final - 6.11 Posicionamiento frente a la competencia - 6.12 Practica - Comportamiento de compra segun su aspecto fisico y su caracter - 6.13 Cuestionario: Estudio de cliente

UD 7. Atención al cliente

- 7.1 Significados de servicio al cliente - 7.2 Atención al cliente - 7.3 Aptitudes

positivas para la venta - 7.4 La acogida y la despedida - 7.5 Clientes y situaciones difíciles - 7.6 Costes de un mal servicio al cliente

UD 8. Técnicas de venta

- 8.1 La venta y el marketing - 8.2 La planificación de la venta - 8.3 El producto como elemento de venta - 8.4 Ciclo de vida del producto - 8.5 Las objeciones - 8.6 El vendedor y su actitud - 8.7 El precio del producto - 8.8 Técnicas de respuesta - 8.9 Planificacion de una campaña de venta por telefono - 8.10 El cierre de la venta - 8.11 Cuestionario: Técnicas de venta

UD 9. Marketing e Internet

- 9.1 Introducción a marketing - 9.2 Planificación del e-Marketing - 9.3 Técnicas para la personalización - 9.4 Técnicas publicitarias - 9.5 Intercambio de vínculos y alta en buscadores - 9.6 Técnicas de Internet para la fidelización - 9.7 Práctica - Ampliando horizontes - 9.8 Cuestionario: Cuestionario final **Firma digital y factura electrónica en la empresa**

UD 1. Firma Digital

- 1.1 Introducción firma digital - 1.2 La criptografía como base de la forma digital - 1.3 Las funciones hash - 1.4 Los sellos temporales - 1.5 La confidencialidad de los mensajes - 1.6 Cuestionario: Firma digital

UD 2. Certificados digitales

- 2.1 Claves de cifrado - 2.2 Prestadores de servicios de certificación - 2.3 Obtención del dispositivo para firmar digitalmente - 2.4 Cómo funciona la firma digital - 2.5 Cuestionario: Certificados digitales

UD 3. Autoridades de certificación

- 3.1 Certificación española - 3.2 Objetivos

UD 4. El DNI electrónico

- 4.1 Ideas básicas - 4.2 Ventajas del DNI electrónico - 4.3 Descripción del DNI electrónico - 4.4 Consejos y buena práctica del DNI electrónico - 4.5 Cuestionario: El dni electrónico

UD 5. La administración electrónica

- 5.1 Definiciones y ventajas - 5.2 Marco legal en España

UD 6. La factura electrónica

6.1 Definición

- 6.2 Aspectos generales - 6.3 Beneficios - 6.4 Formatos usados - 6.5 Normativa en España - 6.6 Modalidades - 6.7 Factura en papel y electrónica - 6.8 Cuestionario: Cuestionario final **Firma digital y factura electrónica -**

Marketing en las redes sociales

UD 1. Consideraciones generales

- 1.1 Definición de Redes Sociales - 1.2 Concepto de marketing-mix - 1.3 Integración de las Redes Sociales - 1.4 Tipos de Redes Sociales - 1.5 Bases del maketing en las Redes Sociales - 1.6 Cuestionario: Consideraciones generales

UD 2. Organización del trabajo en Redes Sociales

- 2.1 Introducción - 2.2 Escuchar - 2.3 Planificar la estrategia - 2.4 Crear compromiso - 2.5 Medir y evaluar - 2.6 Definir una rutina - 2.7 Cuestionario: Organización del trabajo en Redes Sociales

UD 3. Medición de la estrategia en Redes Sociales

- 3.1 Introducción medición - 3.2 Definir el objetivo - 3.3 Monitorización - 3.4 Plan de contingencia - 3.5 Herramientas para el análisis del Social Media - 3.6 Cuestionario: Medición de la Estrategia en Redes Sociales

UD 4. Uso de las principales Redes Sociales

- 4.1 Facebook - 4.2 Twitter - 4.3 Video marketing en YouTube - 4.4 Estrategias en YouTube para generar tráfico en su página web - 4.5 Linkedin - 4.6 Cuestionario: Uso de las principales Redes Sociales

UD 5. Valoración de los contactos en las Redes Sociales

- 5.1 Cuánto vale cada fan de la página Facebook - 5.2 Cuánto vale cada seguidor de Twitter - 5.3 Cuestionario: Consideraciones generales

UD 6. La necesidad de crear un blog

- 6.1 Introducción blog - 6.2 Selección de la plataforma de blog - 6.3 Plugins recomendados para usar con Wordpress - 6.4 Explotación del blog corporativo - 6.5 Trucos para potenciar la visibilidad del blog - 6.6 Cuestionario: La necesidad de crear un blog

UD 7. Éxito y errores en Social Media

- 7.1 Introducción social media - 7.2 Estrategia de blogging - 7.3 Presencia en Facebook - 7.4 Presencia en Twitter - 7.5 Presencia en YouTube - 7.6 Resumen caso de éxito - 7.7 Errores de gestión de la reputación en Redes Sociales - 7.8 Cuestionario: Éxito y errores en Social Media

UD 8. Otras aplicaciones de marketing en Social Media

- 8.1 Marketing mobile - 8.2 Qué es el Marketing viral - 8.3 Cómo funciona el Marketing viral - 8.4 Elementos de una estrategia del Marketing viral - 8.5 Técnicas de Marketing viral - 8.6 Elementos que componen una campaña de Marketing viral - 8.7 Ingredientes que potencian un mensaje de Marketing viral - 8.8 Cómo construir un mensaje viral eficaz - 8.9 Cuestionario: Otras aplicaciones de marketing en Social Media

UD 9. Community manager

- 9.1 Definiciones - 9.2 Perfil y funciones específicas del Community Manager - 9.3 Las 7 Ces del Community Manager - 9.4 Cuestionario: Community manager - 9.5 Cuestionario: Cuestionario final

Información adicional

- Online: Si
- Tipo: Profesiones
- Horas: 90
- Unidades: 46