



Dependiente de Comercio

Dependiente de Comercio

Duración: 60 horas

Precio: 420 euros.

Modalidad: e-learning

Objetivos:

OBJETIVOS: Este curso permite adquirir los conocimientos necesarios para el buen desempeño de un oficio. Se exponen conocimientos generales de la materia, al igual que trata de forma específica, de conceptos imprescindibles para una buena conclusión de trabajos en el mundo laboral. Este curso, pretende consolidar y mejorar los conocimientos sobre el oficio concreto.

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licenciados/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadores/as sociales etc...

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

- Por el aula virtual, si su curso es on line
- Por e-mail
- Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

1 La comunicación

- 1.1 Introducción
- 1.2 La comunicación
- 1.3 El proceso de comunicación
- 1.4 La comunicación en la venta
- 1.5 Cuestionario: La comunicación

2 La comunicación oral y no verbal

- 2.1 La comunicación oral
- 2.2 Características principales de la comunicación oral
- 2.3 Normas para la comunicación oral efectiva
- 2.4 Reglas para hablar bien en público
- 2.5 Reglas para hablar por teléfono
- 2.6 La comunicación no verbal o lenguaje del cuerpo
- 2.7 Caso práctico Tema 2
- 2.8 Cuestionario: La comunicación oral y no verbal

3 La comunicación escrita

- 3.1 La comunicación escrita
- 3.2 Normas para una buena comunicación escrita
- 3.3 Confección de una carta comercial
- 3.4 Tipos de cartas comerciales
- 3.5 Medios empresariales más usados en las comunicaciones
- 3.6 Caso práctico Tema 3
- 3.7 Cuestionario: La comunicación escrita

4 El producto como elemento de la venta

- 4.1 Introducción
- 4.2 Cualidades de los productos
- 4.3 Importancia del conocimiento del producto
- 4.4 Clasificación de los productos
- 4.5 Ciclo de vida del producto

4.6 Caso práctico Tema 4

4.7 Cuestionario: El producto como elemento de la venta

5 El nuevo vendedor profesional

5.1 Introducción

5.2 Clases de vendedores

5.3 Los conocimientos del vendedor

5.4 Motivación y destreza

5.5 Análisis del perfil del vendedor

5.6 El panel del vendedor

5.7 Cuestionario: El nuevo vendedor profesional

6 La venta y el marketing

6.1 Introducción

6.2 El proceso de decisión de compra

6.3 El consumidor como sujeto de la venta

6.4 El comportamiento del consumidor

6.5 Necesidades y motivaciones de compra

6.6 Análisis de los diferentes tipos de clientes

6.7 Cuestionario: La venta y el marketing

7 Técnicas de venta

7.1 Introducción

7.2 La entrevista

7.3 Contacto y presentación

7.4 Sondeo

7.5 Argumentación

7.6 La entrevista

7.7 Material de apoyo

7.8 Las objeciones

7.9 Tratamiento de las objeciones

7.10 El cierre de la venta

7.11 Cuestionario: Técnicas de venta

8 Introducción a la gestión de stocks

8.1 Conceptos básicos de aprovisionamiento stocks

8.2 Definición y aspectos básicos del stock

8.3 Nivel de servicio y coste de ruptura del stock

8.4 El stock de seguridad

8.5 Cuestionario: Introducción a la gestión de stocks

9 Características y hábitos del consumidor habitual

9.1 Introducción

9.2 Proceso de decisión de compra dentro del establecimiento comercial

9.3 Tipos de compras

9.4 Principales instrumentos de conocimiento del consumidor

9.5 Cuestionario: Características y hábitos del consumidor habitual

10 La fachada del punto de venta

10.1 Introducción

10.2 La fachada

10.3 El escaparate

10.4 Señalización exterior

10.5 Cuestionario: La fachada del punto de venta

11 El espacio de venta

- 11.1 Introducción
- 11.2 Definición de las secciones
- 11.3 Las zonas en la sala de ventas
- 11.4 Localización de las secciones
- 11.5 La elección del mobiliario
- 11.6 Cuestionario: El espacio de venta
- 11.7 Cuestionario: Cuestionario final