

Organización de procesos de venta (UF0030)

Organización de procesos de venta (UF0030)

Duración: 60 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

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.

© icaformación2026

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, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/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.



© icaformación2026

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:

UNIDAD DIDÁCTICA 1: Organización del entorno comercial
1.1 Estructura del entorno comercial:
1.1.1 Sector comercio: comercio al por menor y al por mayor.
1.1.2 Comercialización en otros sectores: el departamento y el departamento de ventas
1.1.3 Agentes: Fabricantes, distribuidores, representantes comerciales y consumidores
1.1.4 Relaciones entre los agentes
1.2 Fórmulas y formatos comerciales
1.2.1 Tipos de venta: presencial y no presencial
1.2.2 Representación comercial: representantes y agentes comerciales
1.2.3 Distribución comercial: Grandes superficies, centros comerciales.
1.2.4 Franquicias
1.2.5 Asociacionismo
1.3 Evolución y tendencias de la comercialización y distribución comercial. Fuentes de información y actualización comercial.
1.4 Estructura y proceso comercial en la empresa.
1.5 Posicionamiento e imagen de marca del producto, servicio y los establecimientos comerciales.
1.6 Normativa general sobre comercio:
1.6.1 Ley de Ordenación del Comercio Minorista
1.6.2 Ventas especiales
1.6.3 Venta con y sin establecimiento
1.6.4 Normativa local en el comercio minorista: horarios de apertura y otros.
1.7 Derechos del consumidor
1.7.1 Tipos de derechos del consumidor
1.7.2 Devoluciones

© icaformación2026

1.7.3 Garantía: responsabilidades del distribuidor y del fabricante
UNIDAD DIDÁCTICA 2. Gestión de la venta profesional
2.1 El vendedor profesional.
2.1.1 Tipos de vendedor: visitador, agente comercial, vendedor técnico, dependiente u otros.
2.1.2 Perfil: habilidades, aptitudes y actitudes personales
2.1.3 Formación de base y perfeccionamiento del vendedor.
2.1.4 Autoevaluación, control y personalidad. Desarrollo personal y autoestima
2.1.5 Carrera profesional e incentivos profesionales
2.2 Organización del trabajo del vendedor profesional.
2.2.1 Planificación del trabajo: la agenda comercial
2.2.2 Gestión de tiempos y rutas: anual, mensual y semanal
2.2.3 La visita comercial. La venta fría.
2.2.4 Argumentario de ventas: concepto y estructura
2.2.5 Prospección y captación de clientes y tratamiento de la información comercial derivada
2.2.6 Gestión de la cartera de clientes. Las aplicaciones de gestión de las relaciones con clientes (CRM Customer Relationship Management)
2.2.7 Planning de visitas: Previsión de gestión de tareas y planificación de visitas
2.3 Manejo de las herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas.
UNIDAD DIDÁCTICA 3. Documentación propia de la venta de productos y servicios
3.1 Documentos comerciales:
3.1.1 Documentación de los clientes: fichas y documentos con información del cliente en general.
3.1.2 Documentación de los productos y servicios: catálogos, folletos, publipromocionales y otros.
3.1.3 Documentos de pago: cheques, pagarés, transferencias y letras.
3.2 Documentos propios de la compraventa:
3.2.1 Orden de pedido
3.2.2 Factura
3.2.3 Recibo
3.2.4 Justificantes de pago
3.3 Normativa y usos habituales en la elaboración de la documentación comercial.
3.4 Elaboración de la documentación
3.4.1 Elementos y estructura de la documentación comercial
3.4.2 Orden y archivo de la documentación comercial
3.5 Aplicaciones informáticas para la elaboración y organización de la documentación comercial.
UNIDAD DIDÁCTICA 4. Cálculo y aplicaciones propias de la venta
4.1 Operativa básica de cálculo aplicado a la venta:
4.1.1 Sumas, restas, multiplicaciones y divisiones.
4.1.2 Tasas, porcentajes
4.2 Cálculo de PVP (Precio de venta al público):
4.2.1 Concepto
4.2.2 Precio mínimo de venta
4.2.3 Precio competitivo

© icaformación2026

4.3 Estimación de costes de la actividad comercial:
4.3.1 Costes de fabricación y costes comerciales
4.3.2 Costes de visitas y contacto.
4.3.3 Promociones comerciales y animación: coste y rentabilidad.
4.4 Fiscalidad:
4.4.1 IVA
4.4.2 Impuestos especiales
4.5 Cálculo de descuentos y recargos comerciales.
4.6 Cálculo de rentabilidad y margen comercial.
4.7 Cálculo de comisiones comerciales.
4.8 Cálculo de cuotas y pagos aplazados: intereses.
4.9 Aplicaciones de control y seguimiento de pedidos, facturación y cuentas de clientes.

© icaformación2026