

Estrategia en la actividad comercial

Estrategia en la actividad comercial

Duración: 80 horas

Precio: 420 euros.

Modalidad: A distancia

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:

Introducción a la empresa y a las ventas Definición de empresa. La empresa como organización. Elementos y funciones de una empresa. Tipos de empresas. El fin social de la empresa. Empresa. Medición de objetivos y cultura empresarial. Introducción al concepto de venta. La empresa y las ventas. Tipos de ventas. Características básicas para ser un buen vendedor. Conocimiento de las personas. Venta y técnicas de comunicación. Publicidad en el proceso de venta. Las relaciones públicas. Su uso en las ventas. Equipo de ventas. Factores determinantes de la compra. Necesidad, motivación y compra. Cualidades, ventajas y prioridades. Cualidades de los productos. Ciclo de vida de los productos.**Aspectos generales sobre la actividad comercial. La distribución** Introducción al comercio. Tipos de comercio. Bienes y servicios. La distribución comercial. Políticas de distribución funciones del intermediario en el canal de distribución. Canal de distribución vertical y horizontal. El trade-marketing. Intermediarios. Mayoristas – minoristas.**Introducción al marketing. Especial referencia a los estudios de mercado** Origen y principios básicos. El marketing y la empresa. El plan de marketing. Fines de su elaboración. Investigación y estudios de mercado. **La organización empresarial. Objetivos** Las funciones administrativas de la empresa. Planificación de la empresa. Organización estratégica. Dirección estratégica. Control estratégico **El precio, estrategias comerciales** Concepto de precio. Tipos de precio. Fijación del precio. Estrategia de precios **Producto y marca en la estrategia comercial** Introducción al producto y a la marca. Concepto de producto. Clasificación de los productos. Diferenciación y calidad del producto. La marca como estrategia comercial. La difusión del producto. La imagen como estrategia comercial. Planificación de nuevos productos. El ciclo de vida del producto. **El surtido y el lineal en la actividad comercial** Definición de surtido. Objetivos del surtido. Estructura del surtido. Elección del surtido. Construcción del surtido. Gestión del surtido. Exposición del surtido. Codificación del surtido. El lineal y su optimización. Reparto del lineal. La implantación del lineal. Los diferentes niveles del lineal. Presentación de los productos en el lineal **Gestión de los recursos humanos** La administración de los recursos humanos. Los reglamentos internos. Contratación y evaluación. Formación. Las relaciones laborales y los salarios.

© icaformación2026