

NOMBRE DEL CURSO: GESTIÓN DE TIENDAS ÁMBITO: COMERCIO Y MARKETING HORAS: 100

OBJETIVOS:

El objetivo general de este curso es lograr que el alumno alcance, al finalizar el curso, conocimientos y destrezas sobre Gestión de Tiendas.

INDICE:

INTRODUCCIÓN: GESTIÓN DE TIENDAS

INTRODUCCIÓN: GESTIÓN DE TIENDAS

Recuerda

Autoevaluación

ÁREA COMERCIAL

Política comercial

Área gestión y administración económica

Plan de ventas

Cuenta de explotación

Balance provisional

Sistemas informáticos

Recuerda

Autoevaluación

ÁREA RECURSOS HUMANOS

La función directiva del jefe de tienda

Motivación de los vendedores

Recuerda

Autoevaluación

ATENCIÓN AL CLIENTE

Formación en venta asistida

Eficacia comercial

El proceso de la comunicación

La comunicación en la venta

Métodos de venta

El rol del vendedor

El vendedor de comercio

El proceso de la venta

La preparación y la introducción en el proceso de la venta

Técnica de apoyo en la venta: fase de desarrollo

Técnica de finalización del proceso de la venta: cierre y seguimiento

Recuerda

Autoevaluación

GESTIÓN DEL PUNTO DE VENTA

El punto de venta y su imagen

Organización, control y análisis de ventas

Márgenes y precios

Recuerda

Autoevaluación

GESTIÓN DE COMPRAS

Gestión de stocks

Gestión de ventas: arqueo de caja

Sistemas de gestión informatizada

Control de la gestión comercial

Recuerda

Autoevaluación

MERCHANDISING: CONCEPTO Y TIPOS DE COMPRA

Disposición del punto de venta

Percepción de los colores

Iluminación

Recuerda

Autoevaluación

INTERNET COMO CANAL DE VENTA

Las relaciones comerciales a través de internet

Utilidades de los sistemas on-line

Modelos de comercio a través de internet

Servidores on-line

El internauta como cliente potencial y real

Criterios comerciales en el diseño las páginas web

Tiendas virtuales

Medios de pago en internet

Recuerda

Autoevaluación

CONFLICTOS Y RECLAMACIONES DE CLIENTES

CONFLICTOS Y RECLAMACIONES DE CLIENTES

Recuerda

Autoevaluación