

GESTIÓN DE TIENDAS 100 HORAS

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

"UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN: GESTIÓN DE TIENDAS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ÁREA COMERCIAL

Política comercial.

Área gestión y administración económica.

Plan de ventas.

Cuenta de explotación.

Balance provisional.

Sistemas informáticos.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ÁREA RECURSOS HUMANOS

La función directiva del jefe de tienda.

Motivación de los vendedores.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. 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.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DEL PUNTO DE VENTA

El punto de venta y su imagen.

Organización, control y análisis de ventas.

Márgenes y precios.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE COMPRAS

Gestión de stocks.

Gestión de ventas: arqueo de caja.

Sistemas de gestión informatizada.

Control de la gestión comercial.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MERCHANDISING: CONCEPTO Y TIPOS DE COMPRA

Disposición del punto de venta.

Percepción de los colores.

Iluminación.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. 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.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. CONFLICTOS Y RECLAMACIONES DE CLIENTES"