

Código: 09040

Unidad Formativa:
UF2395 - Red de ventas y presentación de productos y servicios

Módulo: MF2186_3 - LANZAMIENTO E IMPLANTACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Certificado de Profesionalidad:
COMM0112 - GESTIÓN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

Modalidad: ONLINE

Duración: 30h.

Metodología

El Curso está desarrollado con una metodología a distancia/online. Este sistema de enseñanza está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales. También permite el acceso al curso a aquellas personas que viven en zonas rurales y que tienen interés en continuar formándose.
El alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a su disponibilidad de tiempo.

Se 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 50% del total de las respuestas acertadas. Durante todo el transcurso de la formación, dispondrá de la atención de los tutores, así como la posibilidad de realizar consultas a través de la plataforma de teleformación para cursos online. Entre el material entregado en este curso, se adjunta un documento llamado *Guía didáctica del alumno* donde aparece el horario de tutorías y demás información relevante.

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la modalidad elegida y de las horas de formación. La titulación será remitida por correo una vez corregido su examen, o puesta a su disposición en la plataforma de teleformación una vez finalizado el curso.

Profesorado, medios y titulación

Nuestro centro de formación ha sido fundado en 1996 y en la actualidad, tiene presencia a nivel nacional disponiendo de una plantilla de más de 800 docentes entre personal laboral y freelance. Todos ellos son especialistas en diferentes familias profesionales y les acreditan los numerosos cursos que han impartido para nuestro grupo empresarial. Entre nuestro staff de formadores se encuentran ingenieros, arquitectos, economistas, informáticos, publicistas, diseñadores, médicos, enfermeros, veterinarios, fisioterapeutas, psicólogos, sociólogos, periodistas, filólogos, abogados, cocineros, licenciados en administración de empresas, licenciados en actividades físicas y deportivas, jardineros, peluqueros, educadores sociales, etc.

En todos nuestros cursos, independientemente de la metodología, se ponen a disposición del alumno los medios y materiales docentes necesarios para el desarrollo del mismo.
En los cursos en modalidad e-learning, las consultas y tutorías se pueden realizar a través de teléfono, email y la propia plataforma de teleformación.

En cuanto a la titulación, mostramos a continuación, el modelo de diploma que obtendrás a la finalización del curso:



Fundación Estatal
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

DIPLOMA
ACREDITATIVO

D./Dña. **XXXXX XXXXX XXXXX** con D.N.I. **11111111H**, ha realizado, con pleno aprovechamiento, el curso titulado **Curso Intensivo de Inglés B2**, con Código **19656** Grupo **30694**, entre los días **29/06/2023** y**30/08/2023**, con una duración total de **56** horas, en la modalidad formativa **ONLINE**

Contenidos impartidos (Ver Dorso)

Firma y sello de la entidad responsable de impartir la formación

securs@
CONSULTORÍA DE FORMACIÓN
Avda. Ramón Nieto nº 133, Bajo
36208 - VIGO
Telf.: 986912815

Fecha de expedición
31 AGO 2023

Firma del alumno

Requistos previos

No hay requisitos previos, ni formativos ni profesionales.

Salidas profesionales

Este curso está específicamente diseñado para incrementar la cualificación profesional en la familia o sector correspondiente.

Objetivos

Este curso capacita al alumnado para organizar y dinamizar una red de ventas y para presentar y vender productos y servicios con criterios comerciales profesionales, tanto en la venta directa como a través de distribuidores, prescriptores y otros canales. Se estudia la estructura del sistema de ventas y las relaciones entre fabricantes, distribuidores y clientes, incluidos los acuerdos comerciales, junto con el liderazgo, la persuasión, la motivación y la formación del equipo comercial, de modo que el alumnado aprenda a adaptar su actuación a situaciones, clientes y productos distintos. En el terreno aplicado se aborda el proceso de venta y sus fases, los tipos de venta y la venta personal, con la descripción de productos y servicios y la elaboración de argumentarios que permitan responder a objeciones y encauzar el cierre. Se presta una atención especial a las garantías y la protección del consumidor y a la comunicación en la promoción y venta, incluido el uso de aplicaciones informáticas para presentar la oferta. Al finalizar, el alumnado será capaz de diseñar y coordinar la actividad de una red de ventas, motivar y formar a sus integrantes y presentar productos y servicios de forma persuasiva y ajustada a cada cliente y canal, respetando los acuerdos comerciales y la protección del consumidor.

Contenidos

Módulo 1: Organización y dinamización de la red de ventas
1.1 - Sistemas comerciales y configuraciones de la red de venta y distribución
1.2 - Organización del sistema de ventas y acuerdos comerciales con fabricantes, distribuidores y clientes
1.3 - Estilos de liderazgo y persuasión aplicables a la red de ventas
1.4 - Elección de la estrategia de liderazgo y habilidades personales
1.5 - Adaptación del vendedor a situaciones, clientes y productos distintos
1.6 - Técnicas de motivación: reuniones, reconocimiento, incentivos, comisiones y primas
1.7 - Formación de vendedores y prescriptores: tareas y técnicas de persuasión e información
1.8 - Redes sociales y marketing en la red de ventas
Resumen del módulo 1
Módulo 2: Presentación y venta de productos y servicios
2.1 - El proceso de venta: fases y tipos de venta
2.2 - La venta personal: características y tareas del vendedor
2.3 - Descripción del objeto de la venta: productos y servicios
2.4 - Argumentarios de ventas según tipos de productos y servicios y canales de comercialización
2.5 - Objeciones y técnicas de refutación
2.6 - Garantías y protección al consumidor
2.7 - El proceso de comunicación en la promoción y venta
2.8 - Técnicas de comunicación y aplicaciones informáticas para la presentación de productos y servicios
Resumen del módulo 2