



MASTER DE DIRECCION  
**Y GESTION**  
DE VENTAS

**GADE**  
BUSINESS SCHOOL 



## EN CUALQUIER ENTORNO LABORAL **NECESITAN EXPERTOS EN ESTRATEGIAS DE ORGANIZACIÓN**

**La complejidad de los mercados viene determinada por el nivel de cambios que se producen y por la velocidad de estos.**

Actualmente nos encontramos en una época de mercados complejos y muy dinámicos, lo que afecta a la forma en que vendemos y ofrecemos nuestros productos y servicios. En un periodo de tiempo relativamente corto, hemos visto cómo la globalización nos ha permitido operar en mercados en los que hasta hace poco era imposible penetrar, además de asistir al desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y al establecimiento de internet como un potente canal de venta y comunicación con nuestros clientes, tanto potenciales como actuales. Todos estos factores afectan a los hábitos de comportamiento de compra de nuestros clientes: la venta ya no es un fin, sino un medio para para conseguir fidelizarlos.

Así, nos encontramos con que las empresas están obligadas a incrementar la eficiencia y el nivel de servicio que ofrecen, y para ello se necesitan profesionales de las ventas que estén muy atentos a las necesidades de sus clientes.

El Máster de Dirección y Gestión de Ventas muestra a los profesionales de la venta cómo gestionar todos los procesos comerciales en un entorno cambiante y globalizado, profundiza en lo que debemos hacer para conocer lo mejor posible a nuestros clientes y, en definitiva, muestra las herramientas necesarias para conseguir los objetivos de venta marcados.

## CAPTAR NUEVO TALENTO PARA MEJORAR LA EMPRESA

Es preciso conocer que valores y competencias deben poseer las personas a las que se ha encomendado la consecución de resultados en cada empresa.



### Cuales son los **BENEFICIOS**

Obtener y procesar la información necesaria para la definición de estrategias y actuaciones comerciales.

Gestionar la fuerza de ventas y coordinar al equipo de comerciales.

Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.

Organizar y controlar las acciones promocionales en espacios comerciales.

Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en actividades comerciales.

Recepcionar y procesar las comunicaciones internas y externas.

Realizar las gestiones administrativas del proceso comercial.

Introducir datos y textos en terminales informáticos en condiciones de seguridad, calidad y eficiencia.

Gestionar el archivo en soporte convencional e informático.

Manejar aplicaciones ofimáticas en la gestión de la información y la documentación.

### ...Y UN LARGO ETCETERA



### Quienes son los **DESTINATARIOS**

**Profesionales que se dedican a la venta**  
**Profesionales y directivos que**  
**participen en los procesos de venta en**  
**sus empresas**

**Directivos y profesionales que**  
**requieran actualizar su formación**

**Licenciados con experiencia en**  
**Comercial y Marketing**

**Para toda aquella persona que**  
**quiera prosperar en su empresa y todo**  
**aquel interesado en su campo**



### Salidas **PROFESIONALES**

**Director Comercial**  
**Director General de Ventas**  
**Gerente de Ventas**  
**Responsable de Marketing**  
**Responsable de Trade Marketing**  
**Key Account Manager**  
**Jefe de Ventas**

Área  
**1**

**ACTIVIDADES Y GESTIÓN  
COMERCIAL DE VENTAS**

**MÓDULO 1: ORGANIZACIÓN COMERCIAL**

- 1.** Dirección y estrategias de ventas e intermediación comercial

Marco económico del comercio y la intermediación comercial

Oportunidades y puesta en marcha de la actividad de ventas e intermediación

Marco jurídico y contratación en el comercio e intermediación comercial

Dirección comercial y logística comercial

- 2.** Gestión económico-financiera básica de la actividad comercial de ventas e intermediación comercial

Presupuesto y contabilidad básica de la actividad comercial

Financiación básica y viabilidad económica de la actividad comercial

Gestión administrativa y documental de la actividad comercial

Gestión contable, fiscal y laboral básica en la actividad comercial

Organización y control del equipo comercial

Formación y habilidades del equipo de ventas

La resolución de conflictos en el equipo comercial

**MÓDULO 3: OPERACIONES DE VENTA**

- 1.** Organización de procesos de venta

Organización del entorno comercial

Gestión de la venta profesional

Documentación propia de la venta de productos y servicios

Cálculo y aplicaciones propias de la venta

- 2.** Técnicas de venta

Procesos de venta

Aplicación de técnicas de venta

Seguimiento y fidelización de clientes

Conflictos y reclamaciones en la venta

**MÓDULO 2: GESTIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS Y EQUIPOS DE COMERCIALES**

- 1.** Determinación de la fuerza de ventas

Reclutamiento y retribución de vendedores

Liderazgo del equipo de ventas

- 3.** Venta online

Internet como canal de venta

Diseño comercial de páginas web

**MÓDULO 4: OPERACIONES AUXILIARES A LA VENTA**

1. Aprovisionamiento y almacenaje en la venta

Gestión de stocks e inventarios

Almacenaje y distribución interna de productos

2. Animación y presentación del producto en el punto de venta

Organización en el punto de venta

Animación básica en el punto de venta

Presentación y empaquetado de productos para la venta

Elaboración de informes comerciales sobre la venta

3. Operaciones de caja en la venta

Caja y terminal de punto de ventas

Procedimientos de cobro y pago de las operaciones de venta

**MÓDULO 5: PROMOCIONES EN ESPACIOS COMERCIALES**

1. Promoción en el punto de venta

Merchandising y animación del punto de venta

Control de las acciones promocionales

Acciones promocionales online

**MÓDULO 6: INGLÉS PROFESIONAL PARA ACTIVIDADES DE VENTA**

1. Atención al cliente-consumidor en inglés

Aplicación de técnicas de venta en inglés

Comunicación comercial escrita en inglés

**Área 2** **ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS EN LA RELACIÓN CON EL CLIENTE**

**MÓDULO 1: TÉCNICAS DE RECEPCIÓN Y COMUNICACIÓN**

1. Procesos de comunicación en las organizaciones y administración pública

Comunicación interpersonal en organizaciones y administración pública

Recepción de visitas en organizaciones y administraciones públicas

Comunicación telefónica en organizaciones y administraciones públicas

Elaboración y transmisión de comunicaciones escritas, privadas y oficiales

Registro y distribución de información y documentación convencional y electrónica

**MÓDULO 2: OPERACIONES ADMINISTRATIVAS COMERCIALES**

1. Atención al cliente en el proceso comercial

Atención al cliente en las operaciones de compraventa

Comunicación de información comercial en los procesos de compraventa

Adaptación de la comunicación comercial al telemarketing

Tramitación en los servicios de postventa

## 2. Gestión administrativa del proceso comercial

Tramitación administrativa del procedimiento de operaciones de compraventa tradicional.

Aplicación de la normativa mercantil y fiscal vigente en las operaciones de compraventa.

Gestión de stocks e inventarios

## 3. Aplicaciones informáticas de la gestión comercial

Utilización de aplicaciones de gestión en relación con clientes-proveedores

Utilización de aplicaciones de gestión de almacén

Utilización de aplicaciones informáticas de gestión de la facturación

Utilización de herramientas de aplicaciones de gestión de la postventa

### MÓDULO 3: GRABACIÓN DE DATOS

#### 1. Organización y mantenimiento del puesto de trabajo y los terminales informáticos

La actuación personal y profesional en el entorno de trabajo

Aplicación de técnicas mecanográficas en teclados extendidos y numéricos de terminales informáticos

Utilización de técnicas de corrección y aseguramiento de resultados

### MÓDULO 4: GESTIÓN DE ARCHIVOS

#### 1. Gestión de archivos públicos y privados

Optimización básica de un sistema de archivo electrónico

Gestión básica de información en sistemas gestores de bases de datos

### MÓDULO 5: LENGUA EXTRANJERA PROFESIONAL PARA LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LA RELACIÓN CON EL CLIENTE

#### 1. Utilización básica de una lengua extranjera en la recepción y relación con el cliente

Comunicación básica oral y escrita y tratamiento de quejas y reclamaciones

Elaboración en una lengua extranjera de documentación administrativa y comercial

### MÓDULO 6: OFIMÁTICA

#### 1. Sistema operativo, búsqueda de la información: internet/intranet y correo electrónico.

Introducción al ordenador y utilización básica de los sistemas operativos

Introducción a la búsqueda de información en internet y navegación

Utilización y configuración de correo electrónico y transferencia de ficheros FTP

2. Aplicaciones informáticas de tratamiento de textos.

Aplicaciones informáticas de la aplicación de procesador de textos- parte I

Aplicaciones informáticas de procesador de textos-parte II

3. Aplicaciones informáticas de hojas de cálculo

Aplicaciones informáticas de las hojas de cálculo -parte I

Aplicaciones informáticas de la aplicación de la hoja de cálculo-parte II

Aplicaciones informáticas de la aplicación de la hoja de cálculo-parte III

Aplicaciones informáticas de la aplicación de la hoja de cálculo-parte IV

4. Aplicaciones informáticas de bases de datos relacionales

Aplicaciones informáticas de bases de datos relacionales-parte I

Aplicaciones informáticas de bases de datos relacionales-parte II

5. Aplicaciones informáticas para presentaciones: gráficas de información.

Aplicaciones informáticas para presentaciones gráficas de información-parte I

Aplicaciones informáticas para presentaciones gráficas de información-parte II

## Área **3**

### **ATENCIÓN AL CLIENTE, CONSUMIDOR O USUARIO**

#### **MÓDULO 1: INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR/USUARIO**

1. Gestión al cliente/consumidor/usuario

Procesos de atención al cliente

Calidad en la presentación del servicio de atención al cliente

Aspectos legales en relación con la atención al cliente

2. Técnicas de información y atención al cliente/consumidor/usuario

Gestión y tratamiento de la información cliente-consumidor

Técnicas de comunicación a clientes-consumidores

#### **MÓDULO 2: GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN MATERIA DE CONSUMO**

1. Marco de protección del cliente, consumidor y usuario en consumo

Atención y gestión de consultas, reclamaciones y quejas en consumo

Mediación y arbitraje en materia de consumo

Comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones en consumo

Negociación y resolución ante queja y reclamación

Control de la calidad del servicio de quejas y reclamaciones

### **MÓDULO 3: ORGANIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN DE CONSUMO**

#### **1. Sistemas de información y bases de datos en consumo**

Información y fuentes de consumo

Técnicas de búsqueda de información en consumo

Técnicas de catalogación y archivo de información

Bases de datos y centros documentales en consumo

#### **2. Documentación e informes en consumo**

Elaboración de boletines y síntesis de información en consumo

Tratamiento de la información de consumo con procesadores de texto  
Presentación de información en consumo con tablas

Presentación de información en consumo con gráficos

## **Área 4**

### **CURSO DE TÉCNICAS DE VENTA**

#### **MÓDULO 1: GUÍA DIDÁCTICA**

#### **MÓDULO 2: ASPECTOS BÁSICOS**

1. Productos
2. Ciclo de la vida del producto
3. El cliente
4. Proceso de administración de ventas
5. Factores que afectan a las ventas
6. Lectura
7. Test

#### **MÓDULO 2: ORGANIZACIÓN DE LAS VENTAS**

1. Departamento de ventas
2. Planificación de las ventas
3. Administración de las relaciones con el cliente
4. CRM y Marketing Transaccional
5. Requisitos para implantar con éxito un CRM
6. Indicadores de un CRM
7. Implementación de un CRM
8. Lectura
9. Test



#### **MÓDULO 4: CRM**

1. Elegir un CRM
2. Suma CRM
3. Contactos
4. CRM para comerciales
5. CRM director comercial
6. CRM Atención al cliente
7. CRM e-mail marketing

#### **MÓDULO 5: LA NEGOCIACIÓN COMERCIAL**

1. Negociación comercial
2. Lectura
3. Test

#### **MÓDULO 6: LA NEGOCIACIÓN COMERCIAL**

1. Técnicas de venta
2. Fases de la venta
3. Lectura
4. Test

#### **MÓDULO 7: FUERZA DE VENTAS**

1. Fuerza de ventas
2. Lectura
3. Test

#### **MÓDULO 8: COMERCIO ELECTRÓNICO**

1. Comercio electrónico
2. Lectura
3. Test
4. Tiendas online I
5. Tiendas online II
6. Tiendas online III
7. Medios de cobro

#### **ANEXO I: EXÁMEN TÉCNICAS DE VENTA**

#### **ANEXO II: MANUAL DE TÉCNICAS DE VENTA**