

## Orientación Estratégica de la Empresa

❖ **Duración: 125 horas.**

❖ **Objetivos:**

Analizar el sistema distributivo y aplicar procedimientos para establecer la orientación estratégica comercial, identificando sus funciones y tareas mediante la definición de políticas comerciales y empresariales, con objeto de orientar y mantener su actuación en el mercado de trabajo de acuerdo a sus propias capacidades.

❖ **Contenidos:**

### Tema 1.- La Distribución Comercial

Concepto de Distribución Comercial. Cambios en el Entorno de la Distribución. La Política de Distribución. Funciones Encomendadas a la Distribución. Canales Verticales de Distribución. Canales Horizontales de Distribución. El Diseño de los Canales de Distribución. Conflicto de Competencias entre los Canales. El Trade Marketing. Intermediarios del Canal de Distribución.

### Tema 2.- La Empresa

Definición de Empresa. Tipos de Empresa. El Entorno de la Empresa.

### Tema 3.- Organización Empresarial

Las Funciones Administrativas de la Empresa. Planificación y Objetivos. Organización y Proceso de Dirección. Dirección y Gestión: Estilos de Dirección. El Control.

### Tema 4.- La Actividad Comercial de la Empresa

El Marketing. Determinantes del Marketing. Políticas de Producto. Políticas de Precio. Políticas de Promoción. Políticas de Distribución.

### Tema 5.- Estudio del Mercado

Investigación de Mercados: Fases. Métodos para la Investigación de Mercados. Análisis Cuantitativo y Análisis Cualitativo. La Competencia. Estudio del Mercado.

### Tema 6.- El Surtido

Composición del Surtido. Mezcla de Productos. Características Comerciales del Surtido. El Plan Portafolio de la Empresa.

### Tema 7.-El Precio

Fijación del Precio. Técnicas de Fijación de Precios. Selección del Precio Final. Descuentos en los Precios y otras Deducciones. Impuestos.

### Tema 8.- La Fuerza de Ventas

Definición. Constitución de la Fuerza de Ventas. La Dirección de la Fuerza de Ventas: el Jefe de Ventas.

### Tema 9.- Relación Empresa-Fuerza de Ventas

Objetivos de la Fuerza de Ventas. Estrategia de la Fuerza de Ventas. Organización de la Fuerza de Ventas. Tamaño de la Fuerza de Ventas. Remuneración de la Fuerza de Ventas.

### Tema 10.- Formas de Venta

La Venta de Servicios. La Venta Electrónica. El Intercambio Comercial. La Venta a Grupos. La Venta Telefónica o Telemarketing. Características de otras Ventas.

