

Técnicas de Venta y Negociación

🕒 Duración del módulo

105

horas

6

meses

7

ECTS

📅 Distribución temporal y espacial

5 horas/semana

1-2 horas/día

Aula específica

🔗 Unidades de competencia

- 🔗 **UC0239_2:** Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.
- 🔗 **UC1000_3:** Obtener y procesar la información necesaria para la definición de estrategias y actuaciones comerciales.

★ Aprenderás a:

- Obtener la información necesaria para definir estrategias comerciales y elaborar el plan de ventas, organizando los datos recogidos desde cualquiera de los sistemas de información disponibles.
- Identificar nuevas oportunidades de negocio que contribuyan a optimizar la gestión comercial de la empresa, aplicando los procedimientos y técnicas de análisis adecuadas.
- Elaborar el plan y el argumentario de ventas del producto o servicio, realizando propuestas que contribuyan a mejorar el posicionamiento del producto en el mercado, la fidelización de los clientes y el incremento de las ventas.
- Gestionar la información necesaria para garantizar la disponibilidad de productos y la prestación de servicios que se requiere para ejecutar el plan de ventas, aplicando los criterios y procedimientos establecidos.
- Gestionar el proceso de venta del producto o servicio, utilizando técnicas de venta y cierre adecuadas, de acuerdo con el plan de ventas, y dentro de los márgenes de actuación establecidos por la empresa.
- Diseñar el proceso de negociación de las condiciones de una operación comercial, aplicando técnicas de negociación para alcanzar un acuerdo con el cliente o proveedor dentro de los límites establecidos por la empresa.
- Elaborar contratos de compraventa y otros afines, recogiendo los acuerdos adoptados en el proceso de venta y negociación.
- Planificar la gestión de las relaciones con los clientes, organizando el servicio postventa de atención al cliente, de acuerdo con los criterios y procedimientos

establecidos por la empresa.

Esquema de contenidos:

1. Introducción a las ventas.
Obtención de la información necesaria para la definición de estrategias comerciales y la elaboración del plan de ventas.
2. Identificación de nuevas oportunidades de negocio que contribuyan a optimizar la gestión comercial de la empresa.
3. Elaboración del plan y el argumentario de ventas del producto o servicio.
4. Gestión de la información necesaria para garantizar la disponibilidad de productos y la prestación de servicios.
5. Gestión del proceso de venta del producto y servicio
6. Diseño del proceso de negociación de las condiciones de una operación comercial.
7. Elaboración de contratos de compraventa y otros afines.
8. Planificación de la gestión de las relaciones con los clientes.

Metodología:

- Exposición de conceptos por el profesor.
- Dinámicas de grupo y simulaciones relativas a actividades de venta.
- Resolución de supuestos prácticos por parte del alumnado utilizando la documentación técnica existente y cumpliendo las especificaciones establecidas en el supuesto.
- Elaboración de la documentación relativa a las actividades desarrolladas.
- Utilización de las TIC como recurso complementario a lo estudiado.

Evaluación y calificación:

- Se hacen pruebas específicas de las unidades estudiadas.
- Se valora la participación en clase.
- Se valora la realización de ejercicios y supuestos prácticos realizados.
- Se valoran los trabajos individuales y en grupo
- Se valora la asistencia

La calificación se obtiene por una ponderación de la puntuación obtenida en cada apartado. Los porcentajes se revisan al comienzo de cada curso académico y los acuerdos entre los profesores que imparten la materia quedan reflejados en la programación del módulo.