



**COMT031PO. Dirección comercial y marketing. Selección y formación de equipos**

## Objetivos

---

### □ **Objetivo General**

- Adquirir los conocimientos necesarios para realizar la selección de un equipo de trabajo comercial y planificar su formación, así como manejar las diferentes estrategias de dirección comercial y gestión del equipo. También participar en la elaboración y desarrollo de un plan de comunicación y marketing 2.0.

### □ **Objetivos Específicos**

- Familiarizarse con el uso de organigramas dentro de la organización, trasladando a los mismos de forma gráfica, las relaciones entre los diferentes miembros y el diseño de perfiles en los diferentes puestos de la organización, fundamentalmente aplicado al departamento comercial.
- Tomar conciencia de la importancia de la capacitación de la fuerza de ventas.
- Familiarizarse con las diferentes etapas por las que hay que pasar para seleccionar a los miembros de un equipo comercial, desde la selección de candidaturas, pasando por la realización de las pruebas pertinentes, hasta llegar al análisis final de los candidatos.
- Conocer las pautas para la elaboración del Plan de formación del equipo comercial, desde la selección de los recursos que serán incluidos a las acciones formativas a proporcionar.
- Conocer cómo se estructura un equipo comercial.
- Saber cuáles deben ser las pautas de comunicación eficaces dentro del equipo comercial, así como conocer la importancia de contar con factores de ética profesional en dicho equipo.
- Conocer los diversos perfiles de liderazgo existentes, que según las características del equipo llevará a un funcionamiento óptimo

del mismo y las habilidades necesarias para la toma conveniente de decisiones.

- Conocer las diferentes formas de motivación del equipo comercial, así como las vías para realizar la planificación, seguimiento y evaluación del equipo comercial, delegación de tareas y los aspectos económicos financieros inherentes a la actividad comercial.
- Conocer cómo abordar un plan de marketing, desde las fases previas de análisis interno y externo, definición de objetivos y estrategias, marketing mix y presupuestos, hasta la fase de comunicación del mismo.
- Conocer las pautas de elaboración de un Briefing y la definición de la estrategia de publicidad a emprender.
- Conocer en qué está basada la evolución del marketing desde el 1.0 hasta la actualidad, haciendo una especial mención a las características de la era 2.0.

## Contenidos

<b>COMT031PO. Dirección comercial y marketing. Selección y formación de equipos.</b>	<b>Tiempo estimado</b>
<p><b>Unidad 1:</b> El equipo comercial dentro de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organigrama de la empresa.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Funciones del organigrama.</li> <li>○ Contenido del organigrama.</li> <li>○ Símbolos y referencias convencionales de mayor uso en un organigrama.</li> </ul> </li> <li>• Gestión del equipo comercial o fuerza de ventas.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Factores claves para conseguir un equipo comercial exitoso.</li> </ul> </li> <li>• Descripción de los puestos de trabajo.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Elementos que componen las descripciones de funciones y tareas.</li> <li>○ Análisis de la información.</li> <li>○ Fijación de objetivos.</li> </ul> </li> <li>• Profesiograma de los puestos de trabajo.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Diseño de perfiles.</li> </ul> </li> <li>• Planes de carrera.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La inducción.</li> <li>○ El desarrollo o capacitación de la fuerza de ventas.</li> </ul> </li> </ul>	<b>7,30 horas</b>
Cuestionario de Autoevaluación UA 01	<b>30 minutos</b>
Actividad de Evaluación UA 01	<b>1 hora</b>
Tiempo total de la unidad	<b>9 horas</b>
<p><b>Unidad 2:</b> Selección del equipo comercial.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Clasificación de las candidaturas.</li> <li>• Selección de currículums.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Pasos a seguir.</li> <li>○ Las solicitudes de empleo.</li> <li>○ El E-Recruiting.</li> </ul> </li> <li>• Estrategias y tipos de entrevista.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Pruebas técnicas.</li> <li>○ Test psicotécnicos.</li> <li>○ Dinámicas grupales.</li> <li>○ Tipos de dinámicas de grupo.</li> <li>○ La entrevista.</li> <li>○ Tipos de entrevistas.</li> <li>○ Errores más frecuentes en la entrevista.</li> </ul> </li> </ul>	<b>7,30 horas</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Cualidades del buen entrevistador.</li> <li>• Análisis de los candidatos. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Partes del informe.</li> </ul> </li> <li>• Comprobación de referencias.</li> </ul>	
Cuestionario de Autoevaluación UA 02	<b>30 minutos</b>
Actividad de Evaluación UA 02	<b>1 hora</b>
Tiempo total de la unidad	<b>9 horas</b>
<p><b>Unidad 3:</b> Formación del equipo comercial.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan de formación del departamento comercial. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Recursos humanos implicados en el plan de formación.</li> <li>○ Recursos materiales implicados en el plan de formación.</li> <li>○ Recursos tecnológicos implicados en el plan de formación.</li> <li>○ Detección de necesidades de formación.</li> <li>○ Modalidades de formación en la empresa.</li> </ul> </li> <li>• Formación en captación. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Modelo Canvas y técnicas innovadoras de captación.</li> </ul> </li> <li>• Formación en fidelización. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Formación del equipo comercial.</li> <li>○ Referencia al CRM o marketing relacional.</li> </ul> </li> <li>• Formación en recursos para el trato con clientes.</li> </ul>	<b>6,30 horas</b>
Cuestionario de Autoevaluación UA 03	<b>30 minutos</b>
Actividad de Evaluación UA 03	<b>1 hora</b>
Tiempo total de la unidad	<b>8 horas</b>
<p><b>Unidad 4:</b> El equipo comercial.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructura organizativa. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Factores de la estructura organizativa.</li> <li>○ Modelos de la estructura organizativa.</li> <li>○ Principios básicos de la estructura organizativa.</li> </ul> </li> <li>• Descripción de puestos del departamento comercial. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Dirección comercial.</li> <li>○ La dirección de ventas.</li> </ul> </li> <li>• Comunicación en el equipo comercial.</li> <li>• Ética profesional. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Consejos de buenas prácticas.</li> </ul> </li> </ul>	<b>5,30 horas</b>
Cuestionario de Autoevaluación UA 04	<b>30 minutos</b>

Actividad de Evaluación UA 04	<b>1 hora</b>
Tiempo total de la unidad	<b>7 horas</b>
<p><b>Unidad 5:</b> Dirección comercial.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategia de dirección. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Perfiles de liderazgo.</li> </ul> </li> <li>• Dirección de equipos. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Autoritario.</li> <li>○ Cordial.</li> <li>○ Participativo.</li> </ul> </li> <li>• Habilidades directivas. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Valores del líder.</li> </ul> </li> <li>• Toma de decisiones. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Fases de la toma de decisiones.</li> <li>○ Medidas en la toma de decisiones.</li> <li>○ Control de toma de decisiones.</li> </ul> </li> </ul>	<b>5,30 horas</b>
Cuestionario de Autoevaluación UA 05	<b>30 minutos</b>
Actividad de Evaluación UA 05	<b>1 hora</b>
Tiempo total de la unidad	<b>7 horas</b>
<p><b>Unidad 6:</b> Gestión del equipo comercial.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivación y remuneración del equipo comercial. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Tipos de motivación.</li> <li>○ Escucha y diálogo.</li> <li>○ Ventajas de la escucha.</li> <li>○ Reuniones de intercambio de información.</li> <li>○ Motivación del personal I: Planificación.</li> <li>○ Motivación del personal II: Incentivos.</li> <li>○ Motivación del personal III: Técnicas de estimulación.</li> <li>○ Motivación del personal IV: Pedir ayuda.</li> <li>○ Motivación del personal V: Reconocimiento de lo positivo.</li> <li>○ Promoción interna.</li> <li>○ Delegación de responsabilidades.</li> <li>○ Tareas.</li> <li>○ Proceso de delegar.</li> </ul> </li> <li>• Seguimiento y evaluación comercial. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Trabajos administrativos.</li> <li>○ Establecimiento de objetivos.</li> <li>○ Herramientas de control y apoyo.</li> <li>○ Reuniones de trabajo.</li> </ul> </li> <li>• Planificación del equipo comercial.</li> </ul>	<b>9,30 horas</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aspectos económico-financieros de las condiciones comerciales.</li> </ul>	
Cuestionario de Autoevaluación UA 06	<b>30 minutos</b>
Actividad de Evaluación UA 06	<b>1 hora</b>
Tiempo total de la unidad	<b>11 horas</b>
<p><b>Unidad 7:</b> El plan de marketing.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigación y mercado. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Definición del producto.</li> <li>○ Análisis externo.</li> <li>○ Análisis interno.</li> <li>○ Análisis DAFO.</li> <li>○ Definición de objetivos.</li> <li>○ Definición de estrategias.</li> <li>○ Definición de planes y presupuestos.</li> </ul> </li> <li>• Marketing mix. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Producto.</li> <li>○ Precio.</li> <li>○ Distribución.</li> <li>○ Promoción y publicidad.</li> </ul> </li> <li>• El plan de comunicación.</li> <li>• Conclusiones.</li> </ul>	<b>7,30 horas</b>
Cuestionario de Autoevaluación UA 07	<b>30 minutos</b>
Actividad de Evaluación UA 07	<b>1 hora</b>
Tiempo total de la unidad	<b>9 horas</b>
<p><b>Unidad 8:</b> Estrategias de publicidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El briefing. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Otros documentos y la cuantía de inversión.</li> <li>○ La planificación de medios.</li> </ul> </li> <li>• Estrategias de publicidad.</li> <li>• Tipos de estrategias publicitarias. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Estrategias competitivas.</li> <li>○ Estrategias publicitarias de desarrollo.</li> <li>○ Estrategias publicitarias de fidelización.</li> <li>○ Conceptos claves de la estrategia de comunicación.</li> <li>○ Elección de una estrategia de comunicación.</li> </ul> </li> <li>• Conclusiones.</li> </ul>	<b>5,30 horas</b>
Cuestionario de Autoevaluación UA 08	<b>30 minutos</b>

Actividad de Evaluación UA 08	<b>1 hora</b>
Tiempo total de la unidad	<b>7 horas</b>
<p><b>Unidad 9: Marketing 2.0.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Web 2.0.             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Las formas de comunicación actual.</li> <li>○ Comunicación actual frente a la tradicional.</li> </ul> </li> <li>• Marketing en internet.</li> <li>• Marketing en internet: Marketing 2.0.             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Claves del éxito del marketing 2.0.</li> <li>○ Aportaciones del marketing 2.0.</li> <li>○ Web de empresa.</li> <li>○ Blog corporativo.</li> <li>○ Tipos de blogs.</li> <li>○ Creación de un blog.</li> <li>○ Redes sociales.</li> </ul> </li> <li>• Más allá del Marketing 2.0.</li> </ul>	<b>6,30 horas</b>
Cuestionario de Autoevaluación UA 09	<b>30 minutos</b>
Actividad de Evaluación UA 09	<b>1 hora</b>
Tiempo total de la unidad	<b>8 horas</b>
<b>9 unidades</b>	<b>75 horas</b>