



Administración Comercial y de Ventas

Resumen

En esta obra se brindan los principales conceptos alrededor de las tres funciones básicas de la comercialización: la promoción, la venta y la distribución.

El estudio de la función de promoción permite acceder al campo de la publicidad, conceptualizando muchos de sus aspectos, los que ya se conoce de una manera intuitiva. Es importante comprender cómo la publicidad afecta el comportamiento de la demanda, los mecanismos psicológicos en que se basa, las distintas formas que puede adoptar y las finalidades específicas que tiene en función del desarrollo comercial del producto.

Se hacen breves incursiones en el análisis del texto publicitario y en las características distintivas de los mensajes y de los medios.

El estudio de la función de venta comprende la distinción entre venta y marketing y cómo la tarea de comercialización se ha ido profesionalizando, utilizando estrategias y procedimientos planificados, controlados y evaluados.

Se describe la gestión de venta en sus modalidades y en los procedimientos habituales que utilizan las organizaciones para sus actividades comerciales.

El estudio de la función de distribución posibilita comprender la importancia de una entrega oportuna y eficiente del producto y cómo la forma que tenga dependerá de la naturaleza del mismo, de las características del mercado y de la categoría y ubicación geográfica de los clientes. Se analizan también las nuevas modalidades como el franchising y el marketing directo.

Índice General

- UNIDAD 1 - LA GESTIÓN COMERCIAL
- UNIDAD 2 - EL MERCADO Y LOS PRECIOS
- UNIDAD 3 - INVESTIGACIÓN DE MERCADO
- UNIDAD 4 - EL PRODUCTO
- UNIDAD 5 - FIJACIÓN DE PRECIOS
- UNIDAD 6 - EL CONSUMIDOR
- UNIDAD 7 - FUERZA DE VENTAS
- UNIDAD 8 - COLOCACIÓN DEL PRODUCTO
- UNIDAD 9 - PROMOCIÓN
- UNIDAD 10 - PUBLICIDAD Y PROPAGANDA
- UNIDAD 11 - DISTRIBUCIÓN Y/O ENTREGA
- UNIDAD 12 - NUEVAS FORMAS DE CONTRATACIÓN
- UNIDAD 13 - ASOCIACIONES DE EXPANSIÓN COMERCIAL
- UNIDAD 14 - VENTAS INTERNACIONALES
- UNIDAD 15 - CÁLCULOS COMERCIALES
- UNIDAD 16 - DOCUMENTACIÓN DE USO FRECUENTE EN LA GESTIÓN DE VENTAS



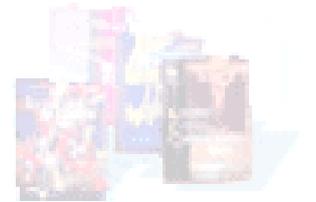
Parte 1
ADMINISTRACIÓN COMERCIAL

UNIDAD 1 - La gestión comercial

La función comercial
Objetivos de la materia
Funciones del marketing
Su ubicación en el plano económico

Contenidos procedimentales:

Palabras clave
Respuestas múltiples



UNIDAD 2 - El mercado y los precios

La demanda. La oferta
Equilibrio entre la demanda y la oferta
Formación de los precios
Mercado
Desplazamientos de la demanda y de la oferta
Elasticidad de la demanda
Elasticidad de la oferta
Los mercados y la competencia:
Introducción
La competencia perfecta
Monopolios. Los mercados monopólicos
La competencia imperfecta
La defensa de la competencia en nuestro país

Contenidos procedimentales:

Palabras clave
Respuestas múltiples
Cuestionario de repaso
Ejercicios de aplicación

UNIDAD 3 - Investigación de mercado

Concepto
Formas metodológicas
Aplicaciones de la investigación de mercado
Informaciones útiles

Contenidos procedimentales:

Palabras clave
Respuestas múltiples

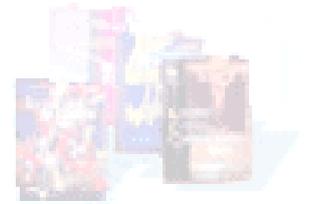
Unidad 4 - El producto

Concepto
Diferencia entre bienes y servicios
Clasificación de los productos
Identificación del producto
Calidad del producto
Marcas



Protección de la marca
Ley de marcas y designaciones
Tipos de marcas
Código de barras:
Ventajas de su uso
Tipos de codificación
Codificación comercial
Características del código EAN

Empaque
Servicios de apoyo
Garantías de calidad
Línea de productos:
Concepto
Mezcla de productos
Nuevos productos



Contenidos procedimentales:

Palabras clave
Respuestas múltiples

UNIDAD 5 - Fijación de precios

Precio:
Concepto
Clases de precios
Bonificaciones y descuentos usuales
Condiciones de pago
Fijación de precios
El precio según la estrategia
Ajustes de precios
Cambios en los precios

Contenidos procedimentales:

Palabras clave
Ejercicios de aplicación
Respuestas múltiples

UNIDAD 6 - El consumidor

Concepto
Comportamiento del consumidor
Consumidor individual:
Características personales
Proceso de decisión en la compra
Nuevos productos
Comportamiento de la organización:
Concepto
Características del mercado organizacional
Comportamiento organizacional en el proceso de compra
Segmentación del mercado:
Concepto
Requisitos

Contenidos procedimentales:

Palabras clave
Respuestas múltiples



UNIDAD 7 - Fuerza de Ventas

Concepto
Necesidad de una organización
Tamaño de la fuerza de ventas
Organización de ventas
 Estructura
 Clases
Organigrama
 Tipos básicos
Estrategias de venta

Contenidos procedimentales:

Palabras clave
Ejercicios de aplicación

UNIDAD 8 - Colocación del producto

Menudeo
Mayoreo

Contenidos procedimentales:

Palabras clave
Respuestas múltiples

UNIDAD 9 - Promoción

La promoción
 La mezcla promocional
 Ventas personales
 Proceso de comunicación
 Relaciones públicas

Contenidos procedimentales:

Palabras clave
Respuestas múltiples

UNIDAD 10 - Publicidad y propaganda

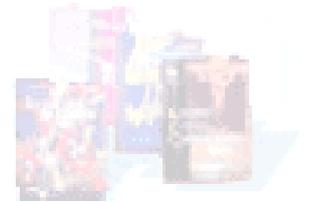
Concepto
Importancia
Diversas clases
Organización de la publicidad
 Nociones de psicología aplicadas
 Sujetos intervinientes
 Formas que puede adoptar
Medios publicitarios:
 Concepto
 Las agencias de publicidad
 Factores que deben tenerse en cuenta
El presupuesto publicitario
Relaciones públicas

Contenidos procedimentales:

Palabras clave
Respuestas múltiples

UNIDAD 11 - Distribución y/o entrega

Canales de distribución:
 Clasificación





La función de distribución
Importancia
Distribución

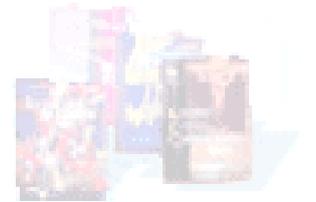
Contenidos procedimentales:

Palabras
Respuestas múltiples

**Parte 3
OTRAS FORMAS DE VENTAS**

UNIDAD 12 - Nuevas formas de contratación

Introducción
Contratos de distribución
Contratos de agencia y comisión
Joint-venture
Franchising



Contenidos procedimentales:

Palabras clave
Respuestas múltiples

UNIDAD 13 - Asociaciones de expansión comercial

Generalidades
Cámaras de Comercio:
Concepto
Clasificación
Consortios y amalgamas de producción:
Concepto
Especialización e integración
Las coaliciones monopólicas
Asociaciones de empresas:
Introducción
Objeto
Denominación
Agrupaciones de colaboración
Uniones transitorias
Diferencias

Contenidos procedimentales:

Palabras clave
Respuestas múltiples

UNIDAD 14 - Ventas internacionales

Introducción
Características
Determinación del precio en el mercado internacional

Contenidos procedimentales:

Respuestas múltiples

**Parte 4
DOCUMENTACIÓN, REGISTROS Y CÁLCULOS COMERCIALES**

UNIDAD 15 - Cálculos comerciales

Introducción



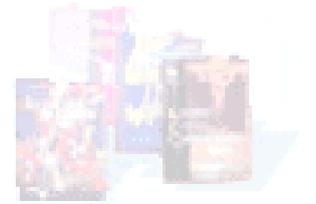
Determinación de márgenes de utilidad
Sobre el precio de venta
Sobre el precio de costo
Estado de resultados
Punto de equilibrio comercial

Contenidos procedimentales:

Palabras clave
Ejercicios de aplicación

UNIDAD 16 - Documentación de uso frecuente en la gestión de ventas

Importancia de la documentación
Documentación utilizada
Pedido
Remito
Factura
Registros
Sistemas computarizados



Contenidos procedimentales:

Palabras clave
Cuestionario de repaso
Ejercicios de aplicación

TEST INTERACTIVOS

Administración Comercial y de Ventas

Apolinar E. García

Incluye los Tests Interactivos para control
de la comprensión y el aprendizaje
de todas sus unidades didácticas

Sainte Claire