

# Curso de especialización Nuevas formas de vender. La dirección y gestión eficaz de las relaciones con los clientes.

Cursos superiors



Modalitat  
Semi-presencial



Del 16/11/2012  
al 26/01/2013



200 hores



PDF  
Curs



Informació de  
Matrícula



900€



Disculpeu, aquest contingut està disponible només en castellà. Pendent traducció al valencià

## Presentacion

El entorno comercial e industrial castellanense y valenciano se encuentra al igual que la economía nacional y una parte importante de la internacional, afectada de manera directa e indirectamente por la crisis mundial en la que nos encontramos desde finales del 2007.

Un buen reflejo de ello es **la importancia que están depositando las empresas en el fortalecimiento de su red comercial para intentar impulsar sus ventas con el objetivo de intentar paliar la bajada de ingresos.**

Una buena muestra de ello lo podemos observar en el apartado de anuncios de trabajo de nuestra prensa comarcal y regional. El **76% de los anuncios publicados en la prensa regional demandan vendedores o comerciales para la venta de sus productos o prestación de sus servicios.** Concretamente, **el 33 % se trata de puestos de trabajo de responsabilidad como Directores Comerciales o Jefes de Ventas.** Otro 26% demandan profesionales especializados, como Técnicos en Ventas, Marketing o especialistas de producto. Y el resto, el 40%, son demandas de vendedores o comerciales de campo. En total, **más de 100 puestos de trabajo relacionados con la venta se ofertan a través de la prensa escrita regional semanalmente.**

Un reciente estudio presentado por la prestigiosa multinacional líder en soluciones de recursos humanos **Randstad**, publicado a finales de diciembre de 2010, señala que los **comerciales, los ingenieros y los médicos continuarán siendo los profesionales más afortunados durante 2011 y 2012**, porque ya en 2010 han sido los que más posibilidades han disfrutado para acceder a un puesto de trabajo.

Los **perfiles del ámbito comercial** son los encargados de **aumentar la capacidad de venta de las empresas en tiempos económicos difíciles**. Por eso **son los menos prescindibles** y las organizaciones buscan incorporar a su plantilla con estos profesionales. Dentro de esta área, el comercial senior, el key account manager y el técnico comercial serán los que más ofertas de empleo acapararán. Y no hay que olvidar que no hay una licenciatura para ser comercial, aunque el nuevo grado de Administración de Empresas se acerca bastante a ello.

Por lo tanto, **la necesidad de vender y de vender bien**, en nuestras empresas de cualquier tipo y sector es enorme y sorprendente. La región de Levante es conocida por los Consultores dedicados a la selección como la más necesitada de estos profesionales, desde hace bastantes años. Muchos de estos consultores se aprovechan de sus sedes en Barcelona y Madrid, para dar respuesta a las ofertas existentes.

El vendedor actual, debe ser un buen profesional, tanto en su vertiente comercial como humana. Actualmente se ha convertido en un asesor, en un gestor de tiempo y de negocio, por lo que requiere conocimientos de carácter analítico y de gestión, además de necesitar conocimientos de carácter humanístico que le permitan mejorar en sus relaciones personales en su empresa y con sus clientes y proveedores. Precisamente estos, los clientes están cada vez más informados y son más exigentes, tanto en los productos y servicios que se les ofrecen como en la adecuada gestión de sus negocios. Por eso **los buenos comerciales deben ser capaces de planificar, y de operativizar su trabajo, para poder establecer relaciones fuertes y duraderas con sus clientes desde la óptica de las relaciones ganadoras del mutuo beneficio y desarrollando una estrategia comercial de carácter holístico de la empresa**.

Hay que revitalizar la profesión que da valor a las empresas y que supone su fuente principal de ingresos. **Todos sabemos que sin ventas la empresa es NADA**. Crear y mantener una buena cartera de clientes es sinónimo de ventas, y las ventas suponen ingresos y una empresa con ingresos puede subsistir en el futuro.

## Duración, horario y lugar

**Duración:** 200 horas

**Fechas de realización:** 16 de noviembre 2012 a febrero 2013 (cancelado)

**Horario:** Sesiones presenciales (2 sesiones semanales en semanas alternas) Viernes de 16:00h a 21:00h horas y Sábados de 9:00h a 14:00 horas

**Lugar donde se imparte:** Fundación Universitat Jaume I-Empresa. Edificio Consell Social. Campus de Riu Sec. Universitat Jaume I. 12071 - Castellón.

## Objetivos

Este programa de formación en ventas trata de cubrir **tres aspectos básicos**:

1. Que nuestros jóvenes entiendan y se **animen a iniciarse en esta sólida e imprescindible profesión**.
2. Que los profesionales que ya están trabajando **adquieran los conocimientos necesarios que la venta actual**, con las nuevas tecnologías y las nuevas necesidades requiere. También que observen las enormes posibilidades de crecimiento y desarrollo que tienen dentro de esta profesión.
3. Que **comprueben que se requiere una serie de conocimientos y herramientas altamente cualificadas**, y que no solo son, las condiciones personales las que hacen un buen vendedor, sino su especialización y su preparación en diversas materias cada vez más diversas pero también más necesarias en el tiempo en que nos encontramos.

En definitiva **DEBEMOS ENSEÑAR A VENDER NUESTROS PRODUCTOS Y SOBRE TODO... VENDER EMPRESA**.

Al finalizar el curso, el alumno sabrá las técnicas y herramientas para favorecer el desarrollo de los profesionales que van a estar en contacto con los clientes, en los diferentes mercados y sectores del tejido industrial castellanense.

¿A quién nos dirigimos?:

Profesionales de departamentos y áreas comerciales de diferentes sectores empresariales y estudiantes y titulados universitarios que deseen obtener habilidades comerciales.

## Metodología

Las clases seguirán el **modelo semipresencial**. Se prevé que el **40% de las clases sean presenciales**.

Los profesores combinarán la presencialidad con el **entorno virtual**, donde a partir de un espacio creado al respecto, en la Aula virtual de la UJI, se irán colgando los contenidos pertinentes de cada módulo y de cada profesor de acuerdo con la planificación presentada, para que el alumno pueda consultarlos y realizar las actividades que se le proponen.

Las **clases presenciales**, por su parte, tendrán un **componente interactivo importante**, buscando potenciar el nivel de aprendizaje obtenido a partir de la plataforma virtual y generando la interactividad in situ entre profesor-alumnos y entre alumnos. También será una **plataforma de presentación de actividades y de fomento del diálogo y de la discusión positiva** que permita la mejora en el aprendizaje y la adquisición de conocimiento. Esta interactividad de las clases presenciales permitirá combinar el desarrollo de los conceptos teóricos con la **realización de ejercicios, casos reales y Rol Playing**. Se buscará en aquellos casos que sea posible, que las técnicas desarrolladas durante los cursos, puedan ser aplicadas por los participantes en las actividades y tareas de su trabajo en las empresas.

# Programa

## **MÓDULO I (20h): EL DEPARTAMENTO COMERCIAL EN LAS EMPRESAS Y EL PLAN COMERCIAL DE LA EMPRESA**

El papel de la venta en la empresa y la Organización Comercial.  
La importancia de las buenas relaciones interdepartamentales en la empresa.  
Prácticas éticas y responsabilidades de los vendedores.  
Presentación del plan de marketing en la empresa.

## **MÓDULO II (30h): ANALISIS Y GESTIÓN DE MERCADOS Y CLIENTES**

Conocer y entender el mercado y las ventajas de vender. La generación de conocimiento a partir de los la información y los datos obtenidos.  
La psicología del consumidor o como entender a los clientes.  
Análisis de las necesidades del cliente.  
La importancia del servicio al cliente y el incremento del valor de vida del cliente.  
Técnicas de recogida de información del vendedor: Los CRM's y su integración en los ERP's.

## **MÓDULO III (30h): EL DEPARTAMENTO COMERCIAL Y DE MARKETING EN LAS EMPRESAS**

El Marketing y el departamento comercial.  
Del marketing de producto al marketing de marca. La gestión de los intangibles.  
El papel de la venta personal en la comunicación corporativa.  
La imagen corporativa, el marketing relacional y la gestión de relaciones con los clientes.  
El uso de la Web y de las Redes sociales para la gestión de relaciones.

## **MÓDULO IV (30h) : LA VENTA PERSONAL Y LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES (30h)**

La prospección.  
El acercamiento, la presentación y la demostración  
La negociación.  
El cierre y el seguimiento.  
La promoción de ventas y el marketing directo como herramientas del vendedor .  
La satisfacción del cliente como finalidad del vendedor.  
La creación de valor añadido en el cliente.

## **MÓDULO V (30h): EL EQUIPO DE VENTAS**

Tipologías de vendedores.  
Selección de la fuerza de ventas.  
Organización de la fuerza de ventas.  
Motivación de los vendedores:  
Sistemas de retribución e incentivos  
Sistemas de Objetivos  
Evaluación y seguimiento de los vendedores.

## **MÓDULO VI (30h): HABILIDADES SOCIALES PARA EL DEPARTAMENTO COMERCIAL**

La Psicología social para el departamento comercial. Como aplicarla a los directores y los comerciales.  
La importancia del desarrollo de la conciencia de uno mismo.  
La Autorregulación y la RSC en el departamento comercial.  
La importancia del liderazgo y de la motivación social del director de ventas.  
Desarrollo de la Empatía y habilidades sociales.

## **MODULO VII (30H): EL PLAN DE VENTAS DE LA EMPRESA**

El plan de empresa, el plan de marketing y plan de ventas  
La integración de los planes dentro de la estrategia comercial y de marketing de la empresa  
Análisis de situación de la empresa y análisis de la situación de las ventas  
Cómo segmentar y clasificar los mercados y los clientes  
Diagnóstico de las empresas y de sus ventas  
Fijación de objetivos de ventas y su integración con los objetivos de marketing y de la empresa  
Desarrollo de estrategias de ventas  
Análisis de las herramientas de ventas de la empresa  
Adecuación de objetivos, estrategias y herramientas comerciales a los objetivos de venta y los presupuestos asignados  
Integración y coordinación de objetivos, con las estrategias, acciones y presupuestos establecidos  
Desarrollo del cronograma de trabajo  
Seguimiento y control de la labor comercial:  
Elaboración del Cuadro de mando para el departamento comercial

# Dirección



**Luis J. Callarisa Fiol.** Profesor titular Universidad Jaume I. Dpto. Administración de Empresas y Marketing.



**Javier Sánchez García.** Catedrático Comercialización e investigación de Mercados. Universidas Jaume I., Dpto Administración de Empresas y Marketing.

## Profesorado

Forman parte del Claustro:

**Javier Portoles,** Director de Innovación de TAU Cerámica. Director del grupo T@Uteam, responsable de la coordinación del Foro TAU Advanced y de la unidad de Vigilancia Tecnológica y Evaluación de Nuevas Tecnologías. Vicepresidente de la Asociación para el Cuidado de la Calidad de Vida y miembro del Sistema Integral de Seguimiento y Evaluación de la FECYT para el Programa Nacional de Construcción. Dirige proyectos de investigación de naturaleza diversa: mejoras tecnológicas de proceso y productos, reducción del impacto ambiental, ahorro energético, nuevos usos y funciones de la cerámica.

**Alfredo R. Cebrian Fuentes.** Socio Consultor en Vennova. Consultor de inteligencia competitiva y marketing estratégico. Responsable de ventas de la división de aplicaciones y soluciones de movilidad Cuatroochenta.

**Ines Kuster Boluda** es Catedrática del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universitat de Valencia . Es autora de varios libros de ventas y además dirige y ha dirigido distintos cursos de posgrado de carácter oficial en el ámbito del marketing y de ventas. Es autora de numerosos artículos de marketing en el ámbito de la ventas y la gestión de relaciones con los clientes.

**Asunción Hernández Fernández,** es profesora ayudante doctor del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universitat de Valencia. Tiene una dilatada experiencia en el campo de la Relaciones Internacionales, y ha ostentado importantes cargos en el ámbito de la gestión de relaciones entre las entidades privadas e Instituciones públicas en distintos países del mundo.

**Valentín Gallart Camahort .** Licenciado en Derecho. Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado. Agente comercial.

**David Gobert Teigeiro.** Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, Responsable de la Unidad de Investigación de Mercados del ITC

**Antonio Martínez Sirvent,** Agente Comercial. Gerente de AMASI International, S.L. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales.

**Fran Raya Tudela,** Dir. Marketing y Producto de Ceracasa.

**Miguel A. Moliner Tena.** Catedrático. Departamento de Administración de Empresas y Márketing de la UJI

**Javier Sánchez García.** Catedrático. Departamento de Administración de Empresas y Márketing de la UJI

**Lluís J. Callarisa Fiol.** Profesor Titular .Departamento de Administración de Empresas y Márketing de la UJI

**Rosa Mª Rodríguez Artola.** Profesora colaboradora. Departamento de Administración de Empresas y Márketing de la UJI

**Antonio Grandio Botella.** Profesor Titular Departamento de Administración de Empresas y Márketing de la UJI

**Rosana Peris Pichastor.** Professora Titular .Departament Dep. de Psicología Evolutiva, Educativa, Social iy Metodología.

**Miguel A. López Navarro.** Profesor Titular Departamento de Administración de Empresas y Márketing de la UJI.

**Vicente Domingo García Marzá.** Catedrático. Departament o Filosofía y Sociología.

**Francisco J. Fernández Beltrán.** Director de Comunicación del Servicio de Comunicación y Publicaciones de la UJI

**Juan Carlos Fandos Roig.** Profesor Ayudante. Departamento de Administración de Empresas y Márketing de la UJI.

## Prácticas en Empresas

Somos conscientes de la importancia que tiene para el alumno el contacto directo con la empresa, por ello, promovemos y garantizamos la realización de prácticas para todos los alumnos que lo deseen.

En ellas, se afronta una situación real, con la posibilidad de trasladar la formación adquirida a las tareas en la empresa. Más de 1.000 empresas ubicadas en todas España colaboran con nosotros.

## Bolsa de trabajo

La relación de los alumnos no finaliza al concluir el Curso, sino que continúa a través del servicio de bolsa de trabajo.

## Información de Matrícula

### DOCUMENTACIÓN QUE HAY QUE APORTAR:

- 2 Fotocopias del título
- Expediente Académico
- Curriculum Vitae
- 2 fotografías.
- 2 fotocopias del DNI (alumnos extranjeros, NIE o pasaporte).
- Justificante del ingreso de 300 € como reserva de plaza, en la cuenta que se indica a continuación.

### RESERVA DE PLAZA:

Los alumnos que deseen matricularse en este curso deben efectuar en el momento de la matrícula, un ingreso de 300 € a cuenta, en concepto de reserva de plaza.

Nº de cuenta: 2100-4236-14-2200003795 (Entidad: La Caixa)

**IMPORTE:** 900 euros (300 en concepto de reserva de plaza + 600 resto de matrícula)

### MODALIDADES DE PAGO:

Los alumnos que deseen matricularse en este Curso, deben efectuar en el momento de la matrícula, un ingreso de 300 € a cuenta, en concepto de reserva de plaza. Nº de cuenta: 2100-4236-14-2200003795 (Entidad: La Caixa)

Resto del pago de la matrícula:

1. A través de la Fundación Tripartita. Más información en la pestaña "[Ayudas para trabajadores](#)"
2. Ingreso/Transferencia Bancaria: Nº de cuenta: 2100-4236-14-2200003795 (Entidad: La Caixa)
3. Domiciliación bancaria: Junto a la documentación que hay que aportar a la hora de realizar la matrícula se deberá entregar un número de cuenta para poder hacer efectivo la domiciliación bancaria, que se realizará al inicio del Curso.
4. Existen fuentes de financiación personalizadas. Accede a la información en <http://www.fue.uji.es/formacion/financiacion.php>

### PAGUE SU MATRÍCULA EN 6 PLAZOS

La FUE-UJI y su escuela, ESUE Business School, facilitan el acceso a la formación de postgrado y ejecutiva al disponer de la posibilidad de pagar los cursos en 6 plazos. Sirva la siguiente tabla de referencia.

Matrícula del curso		Importe de los plazos (x6)		Reserva de plaza
800 €	=	83 €	+	300 €
1.800 €	=	250 €	+	300 €
2.800 €	=	417 €	+	300 €
3.800 €	=	583 €	+	300 €

#### ¿Quién puede solicitar el pago a plazos?

Cualquier persona que se matricule en un curso o master de la FUE-UJI o ESUE Business School.

#### ¿Cuál es el importe mínimo y máximo que puede pagar a plazos?

No hay ningún importe mínimo, el importe máximo a pagar en plazos es de hasta 4.000 €.

#### ¿Qué coste tiene el pago a plazos?

No tiene intereses, únicamente un coste de gestión del 3 % sobre la cantidad aplazada, con un mínimo de 30€ y un máximo de 120€.

#### ¿Qué debe hacer para pagar a plazos?

1 – Efectúe la reserva de plaza y remita el justificante de pago junto con una copia de su DNI a [formacion@fue.uji.es](mailto:formacion@fue.uji.es), personalmente en las instalaciones de la FUE-UJI o a través del número de fax 964387010.

2 – Informe al departamento de formación de la FUE-UJI que desea pagar el resto de la matrícula en 6 plazos.

3 – Deberá entregar la siguiente documentación al menos 7 días antes del inicio del curso:

- Autorización firmada para consultar el CIRBE. ([Descargar autorización aquí](#))
- Copia de la última nómina del alumno (en caso de no tener, se requiere la del conyugue o la de uno de los padres)
- Copia de la última renta del alumno (en caso de no tener, se requiere la del conyugue o la de uno de los padres)

4 - Una vez revisada toda la documentación, nos pondremos en contacto con usted para la formalización de la matrícula a plazos.

En caso de no disponer de algún documento de los requeridos, deberá presentar una instancia exponiendo su situación y el documento que no dispone. Posteriormente, nuestro departamento de administración se pondrá en contacto con usted para indicarle posibles alternativas.

## ¿Quién puede hacer un postgrado?

### Titulados universitarios (Diplomado, Licenciado, Ingeniero Técnico o Superior)

Uno de los puntos fuertes de cualquier currículum es la posesión de un máster o curso de postgrado de especialización, hasta el punto de que se ha convertido en una ventaja competitiva para cualquier candidato de cualquier sector.

### Estudiantes universitarios

Los estudiantes universitarios de últimos cursos que hayan superado el 80% de su titulación universitaria podrán realizarlo, previa solicitud de admisión y que se comprometan a finalizar sus estudios antes de acabar el Máster o Curso de Especialización

#### [[Descarga solicitud de admisión](#)]

*\*Se deberá adjuntar a la solicitud, un certificado de notas, donde se especifiquen los créditos totales de la titulación y los créditos superados en ese momento.*

### Profesionales no titulados con experiencia

Los profesionales no titulados con experiencia en el sector que deseen cursar un Master o Curso de Especialización, podrán hacerlo previa solicitud de admisión y a su finalización recibirán un certificado de notas que expedido por la Universitat Jaume I, sin validez académica pero con total validez a nivel curricular.

#### [[Descarga solicitud de admisión](#)]

*\*Se deberá adjuntar a la solicitud, un curriculum vitae que acredite la experiencia profesional.*

## Curso bonificable a través de la Fundación Tripartita para trabajadores por cuenta ajena

Desde la FUE-UJI actuamos como Entidad Organizadora, esto es, les gestionamos de forma gratuita toda la documentación ante la **Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo (FTFE)** para que puedan bonificarse de los cursos de formación que se realiza en nuestro centro.

### Toda empresa dispone cada año de un crédito para gastar en formación.

Para calcular dicho crédito hay que considerar dos factores:

- 1.- Plantilla media del año anterior
- 2.- Importe (total) de las bases de cotización por contingencias profesionales pagadas por la empresa en el año anterior.

A partir de ahí y en función del número de trabajadores en plantilla se aplicará un porcentaje de bonificación.

El coste máximo bonificable de cada curso dependerá del número de participantes, la modalidad y duración del curso.

Si tienen pensado realizar algún curso de los que ofrecemos en el catálogo de la FUE-UJI y quieren bonificarse, es necesario que cumplimenten toda la documentación (más abajo) y nos la hagan llegar, como plazo máximo, **10 días antes del inicio del curso**, ya que, una vez iniciado no será posible aplicar la bonificación.

### NOTA:

Es importante leer toda la documentación.

Es imprescindible cumplimentar y firmar debidamente toda la documentación.

Finalizado el curso y tramitado su expediente ante el aplicativo de la Fundación Tripartita, deberá esperar a que se les comunique el importe a bonificar y en el TC de qué mes.

### Documentación para descargar necesaria:

1. [[Procedimiento para la bonificación](#)]
2. [[Anexo de Adhesión al Convenio](#)]
3. [[Comunicación a la RLT](#)]
4. [[Ficha empresa](#)]
5. [[Ficha participante](#)]

## Patrons FUE-UJI

empreses i entitats



Posa't en contacte amb nosaltres

t'ajudem a trobar all3 que necessites



Silvia Membrilla

Tel3fon: 964 38 72 09  
[formacion@fue.uji.es](mailto:formacion@fue.uji.es)

Andrea Navarro

Tel3fon: 964 38 72 12  
[formacion@fue.uji.es](mailto:formacion@fue.uji.es)

Reyes Riera

Tel3fon: 964 38 72 10  
[formacion@fue.uji.es](mailto:formacion@fue.uji.es)

+34 964 38 72 22

Fundaci3n Universitat Jaume I - Empresa, Campus Riu  
Sec.Edif. Escola de Doctorat i Consell Social, s/n  
12071 Castell3 de la Plana, Espaia

## Accessos

[Home](#)  
[Informaci3 institucional](#)  
[R & D & I](#)  
[Formaci3](#)  
[Jornades](#)

## M3s visitats

[Cursos FUE-UJI](#)  
[Ofertes de Pr3ctiques](#)  
[Ofertes de Beques per a](#)  
[Titulats](#)

## Altres webs de la FUE-UJI

[elfue.com](#)  
[EuroFUE-UJI](#)  
[InnovaUJI](#)

[Avís Legal](#)[Portal de transpar3ncia](#)

[Pràctiques](#)

[Beques per a titulats](#)

[EuroFUE-UJI](#)

[Projectes EuroFUE-UJI](#)

[Pròxims Congressos](#) i

[Jornades](#)

Fundación Universitat Jaume I - Empresa de la Comunitat Valenciana M.P. CIF: G-12366993