



# CEU

Instituto Superior de Estudios Profesionales

## TÉCNICO SUPERIOR EN GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES

CÓDIGO COMS03 (TÍTULO LOE)

MADRID



### Requisitos de Acceso

- Título de Bachillerato LOE o LOGSE
- COU
- Título de Técnico Superior de Formación Profesional Específica
- Título de Técnico Especialista (FPII)
- Título de Técnico en Grado Medio.
- Haber superado la Prueba de Acceso a Ciclos Formativos o haber superado la Prueba de Acceso para mayores de 25 años.

### Competencias Profesionales

Este profesional será capaz de:

- Obtener, analizar y organizar información fiable de los mercados aplicando técnicas estadísticas y establecer un sistema de información eficaz (SIM), que sirva de apoyo en la elaboración de acciones de marketing.
- Definir estrategias y actuaciones comerciales y gestionar la fuerza de ventas obteniendo y procesando información de los agentes que intervienen en la actividad comercial y organizando y supervisando los medios técnicos y humanos.
- Elaborar el plan de ventas y gestionar la comercialización y venta de productos y/o servicios, aplicando las técnicas de venta adecuadas a cada canal de comercialización, para lograr los objetivos establecidos en el plan de marketing diseñado por la organización.
- Organizar el almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su integridad y el aprovechamiento óptimo de los medios y espacios disponibles, de acuerdo con procedimientos establecidos.
- Realizar y controlar el aprovisionamiento de materiales y mercancías en los planes de producción y de distribución asegurando la cantidad, calidad, lugar y plazos para cumplir con los objetivos establecidos por la organización y/o clientes.
- Organizar y supervisar la implantación y el montaje de espacios comerciales y escaparates, definiendo las especificaciones de diseño y materiales, para conseguir transmitir la imagen de espacio comercial definida que atraiga a los clientes potenciales y conseguir los objetivos comerciales definidos.
- Organizar y controlar la implantación de productos/servicios y acciones promocionales en espacios comerciales, determinando el surtido y las líneas de actuación de campañas promocionales para conseguir los objetivos comerciales establecidos.



**FECHA DE INICIO**  
Septiembre



**TITULACIÓN:**  
Título Oficial de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales



**DURACIÓN:**  
2000 horas (2 cursos académicos)



**MODALIDAD:**  
Presencial



**HONORARIOS DE ENSEÑANZA\*:**

1º CURSO	TOTAL	MATRÍCULA	9 MENS.
* Presencial	4.997€	650€	483€
2º CURSO	TOTAL	MATRÍCULA	9 MENS.
* Presencial	4.997€	650€	483€

# Salidas Profesionales

## Trabajar como:

- Jefe de ventas.
- Representante comercial.
- Agente comercial.
- Encargado de tienda.
- Encargado de sección de un comercio.
- Coordinador de comerciales.
- Supervisor de telemarketing
- Escaparatista comercial.
- Diseñador de espacios comerciales.
- Responsable de promociones punto de venta.
- Especialista en implantación de espacios comerciales.

## Seguir estudiando:

- Cursos de especialización profesional.
- Otro Ciclo de Formación Profesional de Grado Superior con la posibilidad de establecer convalidaciones de módulos profesionales de acuerdo a la normativa vigente.
- Enseñanzas Universitarias con la posibilidad de establecer convalidaciones de acuerdo con la normativa vigente.

# Plan de Formación

## PRIMER CURSO

### GESTIÓN ECONÓMICA FINANCIERA DE LA EMPRESA (6H/S)

- Recopilación de la información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de empresas.
- Establecimiento de la forma jurídica de la empresa.
- Organización de los trámites para la obtención de recursos financieros.
- Determinación de las formalidades para la compra y/o alquiler de vehículos y otros activos.
- Elaboración de facturas, recibos y documentos de cobros y pagos. Gestión del proceso contable y fiscal en las empresas.

### INVESTIGACIÓN COMERCIAL (4H/S)

- Aplicaciones Informáticas aplicadas a este módulo.
- Análisis de las variables del mercado en el entorno de la empresa.
- Configuración de un sistema de información de marketing (SIM).
- Elaboración del plan de la investigación comercial.
- Organización de la información secundaria disponible.
- Obtención de información primaria.
- Muestra de la población. Análisis estadísticos.
- Gestión de bases de datos.

### POLÍTICAS DE MARKETING (6H/S)

- Evaluación de las oportunidades de mercado de una empresa.
- Definición de la política de producto y servicio.
- Definición de la política de precios.
- Selección de la forma, canal de distribución, acciones de comunicación.
- Elaboración de briefings, plan de marketing.
- Seguimiento y control de las políticas y acciones del plan de marketing.

### MARKETING DIGITAL (6H/S)

- Administración de los accesos y conexiones a redes.
- Gestión de diversos servicios y protocolos de internet.
- Realización de la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática.
- Determinación de la estrategia que se ha de seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red.
- Construcciones de páginas web. Diseño del plan de marketing digital.
- Definición de la política de comercio electrónico de una empresa.

### INGLÉS (5H/S)

- Uso de la lengua oral a nivel de conversaciones, debates y exposiciones relativas a situaciones del comercio internacional y derivadas del sector empresarial.
- Uso de la lengua escrita, documentos orales y escritos relacionados con el comercio internacional.

### FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL (3H/S)

- Salud laboral.
- Legislación y relación laboral.
- Orientación e inserción socio-laboral.
- Economía y organización de la empresa.
- Gestión del conflicto y equipos de trabajo.
- Contrato de trabajo, Seguridad Social.
- Prevención de Riesgos.

### ANTROPOLOGÍA Y PENSAMIENTO CRISTIANO (1H/S)

- Enseñanza no curricular exigida en el Centro.

## SEGUNDO CURSO

### LOGÍSTICA DE ALMACENAMIENTO (6H/S)

- La hoja de cálculo en el almacén.
- Normativa específica del almacenaje.
- Organización del proceso de almacén.
- Identificación de desviaciones presupuestarias.
- Gestión de stocks.
- Gestión de las operaciones sujetas a la logística inversa.
- Supervisión de los procesos realizados en el almacén.

### LOGÍSTICA DE APROVISIONAMIENTO (6H/S)

- Aplicaciones Informáticas aplicadas a este módulo.
- Determinación de necesidades de materiales.
- Elaboración de programas de aprovisionamiento.
- Realización de la selección, el seguimiento y la evaluación de los proveedores.
- Determinación de las condiciones de negociación del aprovisionamiento.
- Elaboración de la documentación relativa al control, registro e intercambio de información con proveedores.

### ESCAPARATISMO Y DISEÑO DE ESPACIOS COMERCIALES (4H/S)

- Diseño de distribución y organización de un espacio comercial.
- Selección de los elementos interiores y exteriores que determinan la implantación.
- Elaboración de proyectos de implantación de espacios comerciales.
- Criterios de composición y montaje de escaparates.
- Diseño de distintos tipos de escaparate.
- Organización del montaje del escaparate comercial.

### GESTIÓN DE PRODUCTOS Y PROMOCIONES EN EL PUNTO DE VENTA (4H/S)

- Determinación de la dimensión del surtido de productos.
- Determinación del procedimiento de implantación del surtido de productos o servicios en los lineales.
- Cálculo de la rentabilidad de la implantación del surtido.
- Diseño de las acciones promocionales en el punto de venta.
- Determinación de los procedimientos de selección y formación del personal de promoción en el punto de venta.
- Control de la eficiencia de las acciones promocionales.

### ORGANIZACIÓN DE EQUIPOS DE VENTAS (4H/S)

- Determinación de la estructura organizativa y del tamaño del equipo de ventas.
- Determinación de las características del equipo comercial.
- Planificación de la asignación de los objetivos de venta a los miembros del equipo comercial.
- Definición de planes de formación, perfeccionamiento y reciclaje de equipos comerciales.
- Diseño de un sistema de motivación y retribución del equipo comercial.
- Diseño del sistema de evaluación y control de los resultados de ventas y actuación del equipo comercial.

### TÉCNICAS DE VENTA Y NEGOCIACIÓN (6H/S)

- Obtención de la información necesaria para la definición de estrategias comerciales y la elaboración del plan de ventas.
- Identificación de nuevas oportunidades de negocio que contribuyan a optimizar la gestión comercial de la empresa.
- Elaboración del plan y el argumento de ventas del producto o servicio.
- Gestión de la información necesaria para garantizar la disponibilidad de productos y la prestación de servicios.
- Gestión del proceso de venta del producto y servicio.
- Diseño del proceso de negociación de las condiciones de una operación comercial.

### PROYECTO DE GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES (30H 3º TRIMESTRE)

### FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO (370H. 3º TRIMESTRE)



**CEU**

Instituto Superior de  
Estudios Profesionales



www.isepecen.es



#### HORARIO DE ATENCIÓN \*

Lunes a viernes de 10h. a 14h. y de 16h. a 19h.  
Sábados de 10h. a 13h. (\*consultar horario de verano)  
91 544 70 40 · 91 543 57 01 · isep@ceu.es



#### CAMPUS DEHESA DE LA VILLA

C/ Pirineos, 55 · 28040 Madrid, España



CEU

*Instituto Superior de  
Estudios Profesionales*

\* Las cuotas de honorarios académicos, así como las cuotas de proceso de admisión, de reserva de plaza y de matrícula, se corresponden, única y exclusivamente, con la prestación del servicio de enseñanza en la titulación objeto de matrícula, siendo esta la única prestación correlativa al pago de aquellas cuotas.

Al formalizar su matrícula, el estudiante consiente y acepta que la docencia, tutorías, prácticas, y pruebas de evaluación podrán ser presenciales o a distancia cuando, las autoridades competentes así lo impongan bien directa o indirectamente.

La obligación de pago íntegro de las referidas cuotas (honorarios académicos, proceso de admisión, de reserva de plaza y de matrícula) subsistirá aun en el caso de que, por causas ajenas al Centro, algunas de las actividades formativas objeto de la titulación no puedan desarrollarse según la planificación docente prevista al inicio del curso académico. Si así ocurriera, el Centro garantizará al estudiante que dicha actividad será reprogramada cuando sea posible, teniendo en consideración el interés de los alumnos y los demás criterios académicos que resulten de aplicación.