

Modalidad: curso e-Learning Duración: 40 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Utilizar aplicaciones informáticas de gestión comercial, almacén y/o facturación, registrando la información y obteniendo la documentación requerida en las operaciones de compra y venta

CONTENIDOS

Módulo 1. Utilización de aplicaciones de gestión en relación con clientes-proveedores (CRM). UD1. Introducción. UD2. Actualización de ficheros de información de: clientes. Proveedores. Productos y servicios. Agentes de venta y distribución. 2.1. Programas CRM. 2.2. Clientes. 2.3. Proveedores. 2.4. Productos y servicios. 2.5. Agentes de venta y distribución. 2.6. Empresas de la competencia. 2.7. Parámetros comerciales: descuentos tipos impositivos. UD3. Tramitación administrativa de la información a clientes y proveedores. 3.1. Recepción de la información y documentación. 3.2. Organización. 3.3. Digitalización. 3.4. Registro. 3.5. Transmisión. 3.6. Búsquedas. Módulo 2. Utilización de aplicaciones de gestión de almacén. UD1. Introducción. UD2. Generar los archivos de información. 2.1. Ciclo de pedido en un almacén. 2.2. Existencias y materias primas. 2.3. Envases embalajes y otros. 2.4. Clasificación agrupación de artículos. UD3. Sistemas de gestión informática de almacenes. 3.1. Sistema de control. 3.2. Sistemas informatizados de control de almacén. 3.3. Principales documentos generados en las operaciones de almacén. Módulo 3. Utilización de las aplicaciones informáticas de gestión de facturación. UD1. Introducción. UD2. Generación de presupuestos pedidos albaranes facturas y otros. 2.1. Presupuestos y pedidos. 2.2. Albaranes. 2.3. Facturas. 2.4. Otros documentos. UD3. Realización de enlaces con otras aplicaciones informáticas. 3.1. Contabilidad. 3.2. Gestión de datos y otras aplicaciones. Módulo 4. Utilización de herramientas de aplicaciones de gestión de la postventa. UD1. Introducción. UD2. Gestionar la información obtenida de la postventa. 2.1. Postventa. 2.2. Organización. 2.3. Registro. 2.4. Archivo. UD3. Realizar acciones de fidelización. 3.1. Fidelización y marketing relacional. 3.2. Servicio de atención al cliente. 3.3. Estrategias de fidelización. UD4. Gestión de quejas y reclamaciones. 4.1. Quejas y reclamaciones. 4.2. Registro y archivo. UD5. Obtención mediante aplicaciones de gestión de informes formularios estadísticas etc. 5.1. Consultas. 5.2. Informes y estadísticas. 5.3. Formularios. UD6. Aplicación de sistemas de salvaguarda y protección de la información. 6.1. Consecuencias de su no aplicación. 6.2. Copias de seguridad.

