

**ANEXO I LOTE 9 F241507AA
ÍNDICES ACCIONES FORMATIVAS**

Transversal General – F241507AA

COMM087PO – HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS AL SERVICIO DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL

1. PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA ACCIÓN COMERCIAL

- 1.1. La Planificación Comercial.
- 1.2. Determinar los Objetivos Comerciales.
 - 1.3. Análisis del Mercado.
 - 1.4. Métodos de Predicción de Ventas.
 - 1.5. Segmentación de clientes.
 - 1.6. Distribución de recursos.
- 1.7. Plan de Acción Comercial. Planteamientos iniciales.
 - 1.8. Desarrollo del Plan de Acción Comercial.
 - 1.9. Fuentes de captación de clientes.
 - 1.10. Argumentarios de Ventas.
 - 1.11. Preparación de la visita comercial.
- 1.12. Herramientas de control y medición de la planificación comercial.

2. PROCESO DE GESTIÓN DE VENTAS

- 2.1. Presentación de beneficios: Introducción. Argumentos de ventas. Argumentación y proceso de venta.
 - 2.2. Reconfiguración: Introducción. Objeciones.
- 2.3. Formalización del vínculo: El cierre. Proceso de cierre. Requisitos para un cierre eficaz.
- 2.4. Atención al cliente: Reconocer. Asumir. Informar. Comunicar. Emprender. Solucionar.

3. EL CRM COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

- 3.1. ¿Qué es un CRM?.
- 3.2. Beneficios la empresa.
- 3.3. Aplicaciones. ¿Cuándo y para qué se utiliza?.
- 3.4. Marketing Relacional y CRM.
- 3.5. Herramientas del Marketing Relacional.
- 3.6. Objetivos del Marketing Relacional y de las Soluciones CRM.
 - 3.7. El CRM y la fidelización de clientes.
 - 3.8. El CRM y el aumento de las ventas.
 - 3.9. El CRM y la calidad del servicio al cliente.

4. ESTRATEGIAS COMERCIALES Y DE MARKETING INNOVADORAS CENTRADAS EN EL CLIENTE

4.1. Análisis y diagnóstico de la cartera de clientes. Detección de oportunidades.

4.2. Las bases de datos y sistemas de explotación de la información.

4.3. Proceso de asesoramiento comercial a clientes.

4.4. Atención de las necesidades del cliente.

4.5. Incrementar el valor de los clientes actuales.

4.6. La venta cruzada.

4.7. Beneficios de la venta cruzada.

4.8. Cómo enfocar la venta cruzada.

5. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

5.1. Concepto de fidelización de clientes.

5.2. Los programas de fidelización.

5.3. Ventajas de la fidelización.

5.4. Vinculación de clientes.

5.5. Factores de fidelización.

6. LA PROACTIVIDAD COMERCIAL COMO ESTRATEGIA EN LA GESTIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

6.1. La importancia de ser proactivo.

6.2. El esfuerzo continuado.

6.3. La orientación al cliente.

6.4. La imagen que transmitimos al cliente.

6.5. Planificación y optimización de recursos.

6.6. 10 Puntos para ser Proactivos.

6.7. La satisfacción de los clientes.

7. DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS Y APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS 2.0 EN LA GESTIÓN COMERCIAL

7.1. La web 2.0. Herramientas y aplicaciones en la relación comercial con clientes.

7.2. Aplicaciones comerciales de las Redes Sociales en la gestión comercial.

7.3. Aplicaciones comerciales de blogs, microblogging, foros y wikis.

7.4. Aplicaciones comerciales de plataformas de vídeo y fotografía.

7.5. Sindicación de contenidos y podcasting.

7.6. Beneficios del posicionamiento en buscadores.

7.7. Planificación de acciones y campañas.

COMT099PO – TIENDA VIRTUAL: PRESTASHOP

1. CREACIÓN DE UNA TIENDA VIRTUAL.

- 1.1. Introducción a la tienda virtual.
- 1.2. Tipo de nombres de dominio. Como elegir un nombre.
- 1.3. Tipos de Hosting Web. Como elegir un Hosting.
- 1.4. Contratación de Dominios y Hosting web.
- 1.5. Instalación de Prestashop.
- 1.6. Personalización del aspecto de Prestashop mediante plantillas.

2. GESTIÓN DE TIENDA VIRTUAL.

- 2.1. Introducción al comercio virtual.
- 2.2. Configuración General.
- 2.3. Categorías / Productos.
- 2.4. Módulos de pago.
- 2.5. Módulos de envío.
- 2.6. Clientes y Pedidos.
 - 2.6.1. Detalles y gestión de clientes.
 - 2.6.2. Detalles y gestión de pedidos.
- 2.7. Configuración de los usuarios.
- 2.8. Copias de seguridad.

3. GESTIÓN DE TIENDA VIRTUAL.

- 3.1. Atributos de productos.
- 3.2. Grupo de precios.
- 3.3. Impuestos I.V.A.
- 3.4. Idiomas y traducciones.
- 3.5. Monedas.
- 3.6. Operaciones con módulos.

3.6.1. Mover y trasladar módulos.

3.6.2. Instalar nuevos módulos.

3.7. Importar datos de productos.

3.8. Actualización de la versión.

4. CÓMO CONSEGUIR MÁS CLIENTES.

4.1. Exponer adecuadamente los productos en la tienda virtual.

4.2. Posicionamiento en Google y optimización SEO.

4.2.1. Optimización interna de los textos.

4.2.2. Creación de enlaces. Link building.

4.2.3. Búsqueda de enlaces externos.

4.2.4. Directorios.

4.2.5. Utilización de las Estadísticas de Búsqueda de Google.

4.3. Pago por clic Google Adword.

4.3.1. Cómo funciona el pago por clic en Adword.

4.3.2. Herramienta para palabras clave.

4.4. Promoción en redes sociales.

4.4.1. Promoción del negocio en Youtube, Facebook, etc.

4.5. Analizar la rentabilidad de las acciones de marketing.

4.5.1. Estadísticas con Google Analytics.

4.5.2. Darse de alta e instalar Google Analytic.

4.5.3. Analizar con Google Analytic.

ADGG017PO – DESARROLLO TIC PARA LA FIDELIZACIÓN Y ACCIÓN COMERCIAL

1. MODELOS COMERCIALES PARA LA NUEVA ERA.

1.1. Mercado.

1.2. Competencia.

1.3. Clientes.

1.4. Propuesta de Valor.

1.5. Cambios, transformación, creatividad y desarrollo.

1.6. Estrategias de canal y las nuevas tecnologías.

2. CRM.

3. BUSINESS INTELLIGENCE.

4. LA UBICUIDAD.

4.1. Mobility.

4.2. Gamificación móvil.

5. SOPORTE Y MANTENIMIENTO.

6. ESCUCHA ACTIVA: REDES SOCIALES.

CONTENIDOS PRÁCTICOS DE CADA UNA DE LAS UNIDADES.

IFCD031PO – DESARROLLO DE SERVICIOS WEB

1. SERVICIO WEB

1.1. Arquitectura de los Servicios Web

1.2. Tecnologías básicas

1.3. Tecnologías J2EE para Servicios Web

2. CREACIÓN DE SERVICIOS WEB

2.1. Arquitectura de los Servicios Web orientados a RPC

2.2. Tipos de datos compatibles

2.3. Creación de servicios con WebLogic

2.4. Handlers de mensajes

3. INVOCACIÓN DE SERVICIOS WEB

3.1. Tipos de acceso

3.2. Invocación mediante stub estático

3.3. Invocación mediante proxy dinámico

3.4. Interfaz de invocación dinámica (DII)

4. REGISTROS XML

4.1. Características de los registros UDDI

4.2. Acceso a registros mediante JAXR

4.3. Servidores de registro

5. PROYECTO DE PROGRAMACIÓN DE UNA APLICACIÓN DE SERVICIO WEB

IFCT184PO – ANÁLISIS DE DATOS Y VINCULACIÓN DE BBDD CON EXCEL

1. REVISIÓN DE CONCEPTOS

2. VALIDACIÓN DE DATOS

3. FILTROS AUTOMÁTICOS

4. FILTROS AVANZADOS

5. FUNCIONES DE BÚSQUEDA

6. TRABAJO CON DIFERENTES HOJAS, FUNCIONES TRIDIMENSIONALES

7. VINCULAR BBDD CON LA HOJA DE CÁLCULO, DATOS EXTERNOS

8. SUBTOTALES Y ESQUEMAS

9. TABLAS DINÁMICAS

10. INTRODUCCIÓN A MACROS.

IFCT106PO – PROTECCIÓN DE EQUIPOS EN LA RED

1. LA NECESIDAD DE PROTEGERSE EN LA RED

2. LOS PELIGROS POSIBLES: LOS VIRUS INFORMÁTICOS

3. LAS SOLUCIONES: EL ANTIVIRUS

4. OTROS CONCEPTOS SOBRE SEGURIDAD INFORMÁTICA

4.1. Firewall

4.2. Spam

4.3. Phising

5. ACTUALIZACIONES DEL SOFTWARE

SALVADOR FERNÁNDEZ SALAS

DIRECTOR GERENTE