

PROGRAMA: ALEMÁN EMPRESARIAL



OBJETIVOS:

Adquirir conocimientos sobre como presentarse, saber mantener una conversación a nivel empresarial, manejando datos de empresa, estudios de mercado, presentación de productos, mostrar características, dirigir conferencias, etc.

Nº Lecciones

9

H. Lectivas (Total)

120

CONTENIDO:

- **La Perfiles de los oficios:** Gente, oficios, actividades. Describir una actividad. Organización empresarial: zonas de responsabilidad y funciones.
 - Perfil del oficio y de las actividades en el área comercial. Contenidos y requisitos de la formación. Estructura de la organización de empresas.
 - Conversaciones y reuniones. Presentación de trabajadores. Reunión antes de una entrevista.
 - Textos y esquemas. Descripción de contenidos de formación. Perfil de actividades. Formulario de preguntas. Esquema de la estructura de la organización.
- **Perfiles de empresas:** Presentación de empresa. Corporate Identity (identidad corporativa).
 - Datos conocidos de empresas: Dimensión, forma jurídica, actividad, productos, volumen de negocios. Desarrollos del mercado. Cultura de la empresa. Instrumentos de la comunicación empresarial.
 - Conversaciones y reuniones. Conferencia de planeación. Reunión sobre inicio de un negocio.
 - Textos y esquemas. Estadísticas. Retrato de empresa .Informe anual (introducción). Protocolo de conferencia. Informe de la prensa. Literatura especial / técnica.
- **Ferias:** Perfil de ferias. Planear la visita a una feria industrial.
 - Datos conocidos de ferias. Metas de visitantes. Factores de ubicación. Inicio de negocios. Informaciones de productos.
 - Conversaciones y reuniones. Diálogos de feria.
 - Textos y esquemas. Ejemplos de casos. Perfil de feria Catálogo de feria. Revista especial en una materia. Literatura especializada. Lista de recordatorio.
- **Pedidos:** Tramitación de pedidos/desarrollo de pedidos. Crear una oferta. Negociar sobre una oferta.
 - Consulta, oferta, pedido. Realización de un pedido. Condiciones de venta, entrega y pago. Contratos de compra.
 - Conversaciones y reuniones. Reuniones de planificación. Diálogo de negociación.
 - Textos y esquemas. Ejemplos de caso. Retrato de empresa. Consulta, oferta, factura, reclamación. Condiciones de venta, entrega y pago. Condiciones generales de contrato.

- **Distribución.** Caminos y socios de distribución. Buscar un socio de distribución. Escoger un socio de distribución.
 - Medios de venta y distribución. Intermediario de venta, socio de distribución. Datos característicos de empresas. Criterios de elección para un socio de distribución. Regulación de contratos (representación comercial).
 - Conversaciones y reuniones. Conversaciones sobre iniciar negocios.
 - Textos y esquemas. Caso de ejemplo. Esquema, hoja de cálculo. Literatura técnica. Información / Referencia (agencia de informes / banco). Contrato de representación comercial. Correspondencia de negocios.
- **El proyecto Feria:** La participación en una feria. Planear una participación en una feria. Preparar una participación en una feria.
 - Procedimientos y instrumentos para la adaptación al mercado. Metas de expositor. Datos conocidos de feria. Tareas en la preparación de la feria.
 - Conversaciones y reuniones: Conversación sobre una reserva de puesto/stand. Reuniones de planteamiento.
 - Textos y esquemas: Ejemplos de casos. Retrato de empresa. Módulo de evaluación. Lista de recordatorio. Revista específica. Literatura especializada. Presupuesto de feria. Referencias sobre la empresa. Perfil de feria. Documentación y formularios de feria.
- **Producción:** Conceptos de producción innovadores. Planear una producción en serie. Dirigir reuniones en la propia casa y con otras empresas.
 - Estrategias de mercado. Conceptos de producción. Logística Concepto just-in-time Factores de localización. Características de la producción en serie. Demanda y oferta.
 - Conversaciones y reuniones. Conversación sobre un nuevo pedido. Reuniones para organizar eventos. Conversación sobre condiciones de pedido.
 - Textos y graficas. Ejemplos de casos. Retrato de empresa. Comunicación de prensa. Literatura especializada Revista especializada. Oferta y demanda del precio indicativo/recomendado. Informe de conferencia.
- **Estrategias de marketing:** Conquista del mercado. Llevar un nuevo producto al mercado.
 - Mezcla de marketing. Plano de marketing. Análisis de mercado, datos de mercado Fuentes de información. Instrumentos para demanda de cifra de ventas..Comercio. Potencia y provecho de productos. Perfil de clientes
 - Conversaciones y reuniones. Conversación sobre una acción de desarrollo de venta.
 - Textos y esquemas. Ejemplos de casos Historia de producto. Literatura especializada.
- **Gestión de cambios.** Entrar en el trabajo de proyectos. Estimar resultados - acordar metas
 - Modelos de la organización de empresa. Tendencias y cambios. Modelo ideal de empresa. Perfiles de requisitos: empleados y directivos. Recursos humanos. Trabajo y gestión de proyecto. Evaluación de los empleados. Acordar metas.
 - Conversaciones y reuniones. Presentación de empleados. Reunión de departamento. Conversación entre empleados.
 - Textos y esquemas.