

## Ficha del libro



# MANUAL DE DIRECCIÓN DE UN DEPARTAMENTO COMERCIAL

**Autor/es:** Luis Manuel Cerdá Suárez

**Formato:** 17 x 24 cm.

**Edición:** 1ª Edición

**ISBN:** 978-84-16383-83-2

**Encuadernación:** Rústica

**Nº Páginas:** 209

**Precio:** 18,00 €

### Descripción

Hoy en día, la

dirección de los departamentos comerciales de las empresas acapara el protagonismo de la gestión de ventas y marketing; en este sentido, su desarrollo y dinamización requiere poner en práctica instrumentos de organización, dirección y control cuya aplicación incide, en gran medida, en las cuentas de resultados de las compañías. La principal aportación de este manual consiste en proporcionar al lector aquellas herramientas conceptuales e instrumentales más adecuadas para gestionar los departamentos comerciales de las empresas para, de esta forma, motivar con rigor a sus profesionales sobre la base de la identificación del mercado buscado, pautar el diseño correcto de un plan comercial y poner en valor la importancia de analizar sus indicadores de gestión, así como el control de los resultados de dicho plan. Por otro lado,

desde un punto de vista pedagógico, el texto está concebido para permitir una eficaz aplicación de los conceptos e instrumentos expuestos a lo largo de sus capítulos, puesto que estos se completan con una serie de elementos prácticos de carácter audiovisual y tareas de reflexión y autoaprendizaje que pretenden motivar al lector, permitiendo no solo su autoevaluación para así conocer la evolución de su aprendizaje sino, inclusive, implementar lo aprendido a casos o situaciones reales. Es, por tanto, una

obra de gran interés para el lector ya que a la par que rigurosa y metodológicamente impecable, tiene una visión práctica, muy amena y atractiva. Finalmente indicar que todos los ejercicios tipo test y demás recursos didácticos están a disposición del lector en la página del libro contenida en nuestra página web.

### Contenido

PARTE 1. FUNDAMENTOS DE DIRECCIÓN Y DISEÑO DE UN DEPARTAMENTO COMERCIAL

Capítulo 1.

Fundamentos de gestión en un departamento comercial

Capítulo 2.

Análisis y diseño organizacional de un departamento comercial

Capítulo

3. Fundamentos de dirección de personas en un departamento comercial

## PARTE 2. DESARROLLO DE UN DEPARTAMENTO COMERCIAL

### Capítulo

4. La selección de las personas en un departamento comercial

### Capítulo

5. La motivación de las personas en un departamento comercial

### Capítulo

6. La formación de las personas en un departamento comercial

Capítulo 7. La compensación de las personas en un departamento comercial

## PARTE 3

## DINAMIZACIÓN DE UN DEPARTAMENTO COMERCIAL

### Capítulo

8. El liderazgo de las personas en un departamento comercial

### Capítulo

9. Técnicas y herramientas de dinamización en un departamento comercial

### Capítulo

10. Tecnologías de información y comunicación en un departamento comercial

### Capítulo

11. Responsabilidad, legalidad y ética en un departamento comercial

## Bibliografía