

# Índice

1. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA .....	1
1.1. La empresa: concepto y tipos .....	2
1.2. Organización de la empresa .....	5
1.2.1. Departamento de compras .....	8
1.2.2. Departamento de ventas .....	10
1.2.3. Departamento de marketing .....	15
1.3. La dirección de la empresa .....	17
1.3.1. Los directivos: Teoría X y Teoría Y .....	18
1.4. Estilos de dirección .....	20
1.4.1. El papel del jefe como «líder» .....	21
1.4.2. Los jefes que más desmotivan .....	23
1.5. Los conflictos en las relaciones laborales .....	26
1.5.1. Las camarillas en el ambiente laboral .....	27
Resumen .....	29
Actividades de enseñanza y aprendizaje .....	30
2. EL CONSUMIDOR Y SUS DERECHOS .....	33
2.1. Necesidades del consumidor .....	34
2.1.1. Jerarquía de las necesidades. Teoría de Maslow .....	36
2.1.2. Motivos o razones de consumo .....	38
2.2. Comportamiento del consumidor .....	41
2.3. Proceso de decisión de compra .....	43
2.3.1. Perfil del cliente .....	46
2.3.2. Tipologías de clientes-consumidores .....	47
2.4. Protección del consumidor .....	51
2.4.1. Responsables del producto defectuoso .....	52
2.5. Organismos de protección al consumidor .....	55
2.6. Tramitación de litigios de consumo .....	60
Resumen .....	64
Actividades de enseñanza y aprendizaje .....	65
3. PLAN DE MARKETING EMPRESARIAL .....	69
3.1. Concepto de marketing .....	70
3.1.1. Enfoques y tendencias del marketing .....	71
3.2. Decisiones de marketing .....	75
3.2.1. El marketing-mix .....	75
3.3. La planificación en la empresa .....	78
3.3.1. Etapas del plan de marketing .....	79
3.4. Análisis de la situación .....	82

## Índice

3.4.1. Análisis del mercado .....	85
3.4.2. Análisis de estrategias .....	87
3.5. Objetivos del plan de marketing .....	91
3.5.1. Plan de acción .....	93
3.5.2. Presupuesto y control .....	95
Resumen .....	99
Actividades de enseñanza y aprendizaje .....	100
4. ESTUDIO E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	105
4.1. El mercado: concepto y clasificación .....	106
4.1.1. La competencia en el mercado .....	112
4.2. Segmentación del mercado .....	115
4.2.1. Etapas de la segmentación .....	117
4.2.2. Segmentación y estrategias .....	118
4.3. Criterios de segmentación .....	119
4.4. La investigación del mercado .....	122
4.4.1. Fases de la investigación comercial .....	125
4.5. Técnicas de investigación comercial .....	129
4.5.1. Las técnicas cualitativas .....	129
4.5.2. Las técnicas cuantitativas .....	135
Resumen .....	144
Actividades de enseñanza y aprendizaje .....	145
5. LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA .....	149
5.1. Información y comunicación .....	150
5.2. Comunicación en la empresa .....	157
5.2.1. Los flujos de información-comunicación .....	158
5.2.2. Características de la comunicación oral .....	160
5.3. Comunicación del personal de ventas .....	162
5.3.1. Etapas de la reunión de ventas .....	163
5.3.2. Reglas para una reunión efectiva .....	168
5.3.3. Cómo manejar las situaciones difíciles .....	168
5.4. Las comunicaciones escritas .....	172
5.4.1. La comunicación interna .....	174
Resumen .....	177
Actividades de enseñanza y aprendizaje .....	178
6. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EN VENTAS .....	181
6.1. Las comunicaciones orales .....	182
6.1.1. Técnicas para hablar en público .....	185
6.1.2. La voz y la forma de hablar. Reglas básicas .....	187
6.2. Técnicas corporales .....	189
6.3. La comunicación telefónica .....	191
6.3.1. Reglas para hablar por teléfono .....	192
6.3.2. La venta telefónica .....	195

	<b>Índice</b>
6.4. Comunicación de masas. La publicidad .....	198
6.4.1. Elementos de la publicidad .....	199
6.4.2. Tipos de publicidad .....	200
6.5. El mensaje publicitario .....	202
6.5.1. El éxito del mensaje publicitario .....	203
6.5.2. Otras formas de hacer publicidad .....	205
Resumen .....	207
Actividades de enseñanza y aprendizaje .....	208
7. SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE .....	211
7.1. El cliente .....	212
7.1.1. Servicios al consumidor en hipermercados .....	214
7.1.2. El servicio .....	215
7.2. Atención al público .....	217
7.2.1. Trato con el cliente .....	218
7.2.2. Conducta del cliente .....	221
7.3. Servicios posventa de bienes de uso .....	223
7.3.1. Asistencia técnica y garantía posventa .....	224
7.4. La insatisfacción poscompra .....	226
7.4.1. Fidelización del cliente .....	228
7.5. Calidad en el servicio al cliente .....	231
Resumen .....	233
Actividades de enseñanza y aprendizaje .....	234
8. GESTIÓN DE RECLAMACIONES Y QUEJAS .....	237
8.1. Quejas y reclamaciones .....	238
8.1.1. La comunicación escrita .....	239
8.1.2. La carta comercial .....	241
8.2. Estructura de la carta comercial .....	243
8.3. Modelos de cartas comerciales .....	249
8.3.1. Cartas anteriores al pedido .....	250
8.3.2. Cartas personalizadas anteriores al pedido .....	254
8.4. Cartas propias de la compraventa .....	258
8.4.1. Gestión de anomalías en la compraventa .....	261
8.5. Cartas relacionadas con el pago/cobro .....	268
Resumen .....	275
Actividades de enseñanza y aprendizaje .....	276