

**INESEM**  
Instituto Europeo de  
Estudios Empresariales

## ***Experto en Gestión de Empresas en el Ámbito del Pequeño Comercio***

+ Información Gratis

Titulación Oficial avalada por la Administración Pública

# ***Experto en Gestión de Empresas en el Ámbito del Pequeño Comercio***

**Duración:** 270 horas

**Precio:** 0 € \*

**Modalidad:** Online

\* 100 % bonificable para trabajadores.

## **Descripción**

Las pequeñas y medianas empresas representan el 99.1% del tejido empresarial de nuestro país. Basta este dato para comprender de inmediato la enorme importancia económica, social e incluso política de estas entidades. Ante esta perspectiva, cualquiera estará de acuerdo en que la administración y dirección de estas empresas ha de ser tan profesional y ambiciosa como en las grandes compañías. Con este curso podrá establecer la orientación estratégica de la empresa, planificar su actividad administrativo-contable y dirigir las tareas de venta, animación y aprovisionamiento del punto de venta mediante la adecuada coordinación y control.



+ Información Gratis

## ***A quién va dirigido***

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

## ***Objetivos***

- Establecer la orientación estratégica de la empresa
- Ser capaz de planificar la actividad administrativa y contable de la empresa
- Dirigir la tareas de venta, animación y aprovisionamiento del punto de venta mediante la adecuada coordinación y control

## ***Para que te prepara***

A través de este curso el alumno podrá establecer la orientación estratégica de la empresa, planificar su actividad administrativo-contable y dirigir las tareas de venta, animación y aprovisionamiento del punto de venta mediante la adecuada coordinación y control.

## ***Salidas laborales***

Autoempleo. Pequeño Comercio en general.



## Metodología

Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios. También se adjunta en CDROM una guía de ayuda para utilizar el campus online.

La metodología a seguir es ir avanzando a lo largo del itinerario de aprendizaje online, que cuenta con una serie de temas y ejercicios. Para su evaluación, el alumno/a deberá completar todos los ejercicios propuestos en el curso. La titulación será remitida al alumno/a por correo una vez se haya comprobado que ha completado el itinerario de aprendizaje satisfactoriamente.

## Materiales didácticos

- Manual teórico 'Fidelización de Clientes'
- Manual teórico 'Dependiente de Comercio'
- Manual teórico 'La Dirección Estratégica de la Empresa. Técnicas de Gestión y Organización Empresarial,
- Manual teórico 'Gestión de Stock y Control de Almacén'



## Profesorado y servicio de tutorías

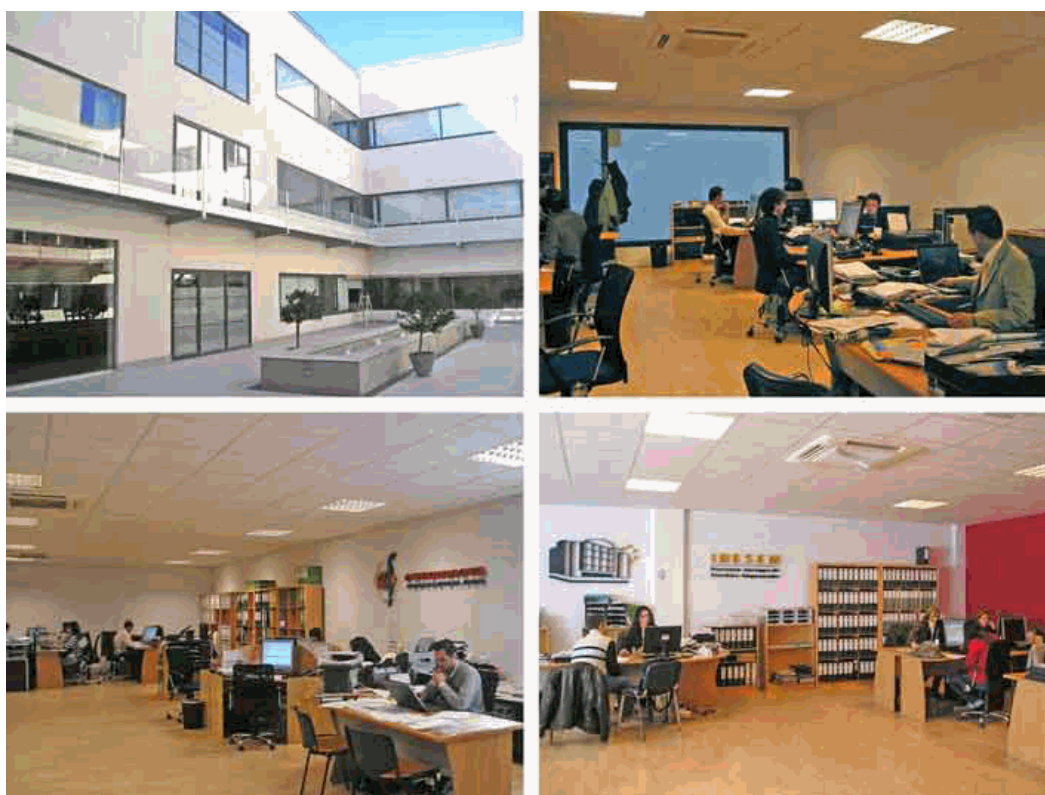
Nuestro centro tiene su sede en el "Centro de Empresas Granada", un moderno complejo empresarial situado en uno de los centros de negocios con mayor proyección de Andalucía Oriental. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional.

Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta con rapidez.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.



## ***Plazo de finalización***

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

Si una vez cumplido el plazo no se han cumplido los objetivos mínimos exigidos (entrega de ejercicios y evaluaciones correspondientes), el alumno podrá solicitar una prórroga con causa justificada.

## ***Campus virtual online***

Especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de INESEM ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

## ***Club de alumnos***

Servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

## ***Revista digital***

El alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

## Programa formativo

### **PARTE 1. LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA. TÉCNICAS DE GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL, MARKETING Y RRHH**

#### **TEMA 1. EMPRESA, ORGANIZACIÓN Y LIDERAZGO**

Las PYMES como organizaciones

Liderazgo

Un nuevo talante en la Dirección

#### **TEMA 2. EL PLAN DE EMPRESA I. LA ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO**

Introducción

Utilidad del Plan de Empresa

La introducción del Plan de Empresa

Descripción del negocio. Productos o servicios

Estudio de mercado

#### **TEMA 3. EL PLAN DE EMPRESA II. PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL EN LA ÁREAS DE GESTIÓN COMERCIAL, MARKETING Y PRODUCCIÓN**

Plan de Marketing

Plan de Producción

#### **TEMA 4. EL PLAN DE EMPRESA III. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURA, RR.HH RECURSOS FINANCIEROS**

Infraestructura

Recursos Humanos

Plan Financiero

Valoración del Riesgo. Valoración del proyecto

Estructura legal. Forma jurídica

### **PARTE 2. DEPENDIENTE DE COMERCIO**

#### **TEMA 1. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN**

El proceso de comunicación

Elementos de la comunicación

Dificultades de la comunicación

Estructura del mensaje

Niveles de la comunicación comercial

Estrategias para mejorar la comunicación

La comunicación comercial y publicitaria

#### **TEMA 2. HABILIDADES SOCIALES Y COMUNICACIÓN NO VERBAL**

¿Qué son las habilidades sociales?

Escucha activa

¿Qué es la comunicación no verbal?

Componentes de la comunicación no verbal

#### **TEMA 3. COMPORTAMIENTO DE VENTA**

El vendedor

Tipos de vendedores

Características del buen vendedor

Cómo tener éxito en las ventas

Actividades del vendedor

Nociones de Psicología aplicada a la venta.

#### **TEMA 4. COMPORTAMIENTO DE COMPRA**

Consumidor

Comportamiento del consumidor

Necesidades del consumidor

Tipos de consumidores  
Análisis del comportamiento del consumidor  
Factores de influencia en la conducta del consumidor  
Modelos del comportamiento del consumidor

#### **TEMA 5. TÉCNICAS DE VENTA**

Introducción  
Tipos de ventas aplicadas al dependiente de comercio  
Técnicas de venta  
Metodología que debe seguir el vendedor  
Cómo captar la atención  
Argumentación  
Contra objeciones  
Demostración  
Negociación  
Cierre de la venta

#### **TEMA 6. GESTIÓN DE STOCKS**

Los inventarios  
Métodos de gestión de inventarios  
Métodos de gestión de stocks  
Modelos de gestión de stocks

#### **TEMA 7. ORGANIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA**

Merchandising  
Condiciones ambientales  
Captación de clientes  
Diseño interior  
Situación de las secciones  
Zonas y puntos de venta fríos y calientes  
Animación

#### **TEMA 8. TRATAMIENTO DE QUEJAS, DUDAS, RECLAMACIONES Y OBJECIONES**

Introducción  
¿Por qué surgen las reclamaciones?  
Directrices en el tratamiento de quejas y objeciones  
¿Qué hacer ante el cliente?  
¿Qué no hacer ante el cliente?  
Actitud ante las quejas y las reclamaciones  
Tratamiento de dudas y objeciones

#### **TEMA 9. SEGURIDAD E HIGIENE**

Seguridad  
Primeros auxilios  
Higiene y calidad en el ambiente  
Métodos de conservación y manipulación de productos  
Normativa de seguridad e higiene

### **PARTE 3. GESTIÓN DEL STOCK Y CONTROL DEL ALMACÉN**

## **MÓDULO 1. CONTROL DE ALMACÉN.**

#### **TEMA 1. ¿QUÉ ES UN ALMACÉN?.**

El almacén.  
Actividades de almacenamiento.  
Planificación de los almacenamientos.

#### **TEMA 2. LA LOGÍSTICA.**

El origen.  
Definición.

Servicios logísticos a la empresa.  
Tipos de logísticas.  
Just in time.  
Clasificación de almacenes en función de la cadena logística.  
Operaciones en el almacén.  
Los stocks.  
Procedimientos de almacenaje.

### **TEMA 3. CLASES DE ALMACENES.**

Según la mercancía almacenada.  
Según el sistema logístico.  
Según su régimen jurídico.  
Según su estructura.  
Según el grado de automatización.

### **TEMA 4. DISEÑO FÍSICO DEL ALMACÉN.**

La ubicación.  
Las zonas internas.  
El lay-out.

### **TEMA 5. LOS RECURSOS HUMANOS DEL ALMACÉN.**

La seguridad y la prevención en el almacén.

## **MÓDULO 2. GESTIÓN DE STOCK.**

### **TEMA 1. IDEA GLOBAL Y PRESENTACIÓN.**

### **TEMA 2. COSTOS DE INVENTARIOS.**

Costos de almacenamiento.  
Costos de lanzamiento de pedido.  
Costos de adquisición.  
Costos de ruptura de stock.

### **TEMA 3. PLANIFICACIÓN DEL REAPROVISIONAMIENTO.**

Modelo de gestión: "Just in time".  
Modelos de gestión de inventarios.  
Nivel de servicio y stock de seguridad.  
Tamaño óptimo de pedidos.  
Reaprovisionamiento continuo: el punto de pedidos.  
Reaprovisionamiento periódico.

### **TEMA 4. CONTROL DE INVENTARIOS.**

Medida de los stocks.  
Clasificación de los materiales.  
Recuento de stocks.

### **TEMA 5. GESTIÓN INTEGRADA DE INVENTARIOS.**

Reaprovisionamiento con demanda programada.  
Técnicas de DRP: métodos de Brown y Martín.  
Aplicación de las técnicas "DRP".

### **TEMA 6. SIMULACIÓN DINÁMICA DE ESTRATEGIAS DE REAPROVISIONAMIENTO.**

Simulación dinámica de sistemas.  
Características de los procesos reales.  
Elementos de un sistema dinámico.  
Simbología.  
Software de simulación de dinámica de sistemas.  
Aplicación de las técnicas de simulación.  
ANEXO. LA SEGURIDAD Y LA PREVENCIÓN EN EL ALMACÉN.

## **PARTE 4. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES**

### **TEMA 1. CONCEPTOS BÁSICOS**

Reflexión sobre la comunicación

Cliente/Consumidor

Queja/Objeción

Reclamación

Tarea profesional

Concepto de calidad

Criterios de calidad

Concepto de excelencia

El equipo y la imagen corporativa

La sinergia grupal

## **TEMA 2. SERVICIO/ASISTENCIA AL CLIENTE**

Servicio al cliente

Asistencia al cliente

Información y formación del cliente

Satisfacción del cliente

Formas de hacer el seguimiento

Derechos del cliente-consumidor

## **TEMA 3. LEALTAD AL CLIENTE**

Marketing Relacional

El enfoque del marketing

Marketing Relacional (CRM)

Concepto de fidelidad

El cliente actual

Orientación hacia el mercado VS Orientación hacia el producto

Concepto de lealtad

## **TEMA 4. CAUSAS Y CONSECUENCIAS DE LA LEALTAD**

Causas de la lealtad

La percepción del cliente

El factor producto

La marca

El factor precio

Canal de distribución

La promoción

Consecuencias de la lealtad

## **TEMA 5. GESTIÓN DE LA LEALTAD**

Introducción

Diferenciación empresarial

Pilares de la empresa

Fidelización del cliente interno

Fidelización de los inversores

La escalera de la lealtad

Ofrecimiento de valor al cliente

## **TEMA 6. EL CLIENTE FIEL**

Concepto de cliente

¿El cliente siempre tiene la razón?

El proceso de compra

¿A quién fidelizar?

Ventajas de la fidelidad para el cliente

Clases de fidelidad del cliente

## **TEMA 7. EL CLIENTE; LA BASE DE LA FIDELIZACIÓN**

Introducción

Principales causas de la insatisfacción del cliente

El decálogo del cliente

La excelencia en la atención al cliente

La calidad del servicio al cliente

### **TEMA 8. FIDELIZACIÓN Y RETENCIÓN**

Consideraciones previas

Cuestiones prácticas de negociación

Estrategias para cerrar la venta

Cómo ofrecer un excelente servicio postventa

Programas de fidelización

Diseño del programa de fidelización

Medición de los programas de fidelización