COMD10 GERENTE DE PEQUEÑO COMERCIO

COMD10 GERENTE DE PEQUEÑO COMERCIO

Duración: horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. 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 El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2025

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.

© icaformación2025

Bolsa de empleo:

El alumno en desemple puede incluir su currículum en nuestra bolsa de empleo y prácticas. Le pondremos en contacto con nuestras empresas colaboradoras en todo el territorio nacional

Comunidad:

Participa de nuestra comunidad y disfruta de muchas ventajas: descuentos, becas, promociones,etc....

Formas de pago:

-Mediante transferencia
-Por cargo bancario
-Mediante tarjeta
-Por Pay pal
-Consulta nuestras facilidades de pago y la posibilidad de fraccionar tus pagos sin intereses

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

© icaformación2025

Programa del curso:

CULTURA Y ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA COMERCIAL

MF9102_0

Duración en horas: 250

OBJETIVOS: Analizar el sistema distributivo y aplicar procedimientos para establecer la orientación estratégica comercial, identificando sus funciones y tareas mediante la definición de políticas comerciales y empresariales, con objeto de orientar y mantener su actuación en el mercado de trabajo de acuerdo a sus propias capacidades. **1 Estructura de la distribución comercial**
1.1 Estructura de la distribución comercial
1.2 Comercio al por menor
1.3 Comercio al por mayor
1.4 Departamento comercial y de ventas
1.5 Agentes
1.6 Evolución y tendencias
1.7 Fórmulas y formatos comerciales
1.8 Estructura y proceso comercial
1.9 Actividades: estructura de la distribución comercial

2 La empresa comercial y la ocupación
2.1 Función comercial de la empresa
2.2 Imagen de la empresa
2.3 La organización interna
2.4 Funciones de la empresa
2.5 Actividades: la empresa comercial y la ocupación

3 Entorno de la empresa
3.1 entorno de la empresa
3.2 Estructura comercial y distribución
3.3 Evolución y formas de comercio
3.4 Actividades: entorno de la empresa

4 El mercado
4.1 Clientela y competidores
4.2 Aspectos cuantitativos y cualitativos
4.3 Fuentes de información
4.4 Tipos de clientes
4.5 Hábitos y motivaciones de compra
4.6 Actividades: el mercado

5 Posicionamiento
5.1 El surtido
5.2 Rentabilidad del punto de venta

© icaformación2025

5.3 Niveles de precios
5.4 Influencia del punto de venta
5.5 Obligaciones legales
5.6 Principios contables
5.7 Conceptos básicos
5.8 Inventario y masas patrimoniales
5.9 El instrumentos de representación
5.10 El método de registro contable
5.11 Amortización y provisión
5.12 Actividades: posicionamiento

6 Referencias analítico contable
6.1 Clasificación de costes
6.2 Umbral de rentabilidad
6.3 Actividades: referencias analítico contable

7 Tesorería
7.1 Intermediarios financieros
7.2 Características y finalidad
7.3 La ley cambiaría y del cheque
7.4 La letra de cambio
7.5 El pagaré
7.6 Otros medios
7.7 Identificación de operaciones
7.8 Cumplimentación
7.9 Actividades: tesorería

8 El sistema fiscal
8.1 Tipo de impuestos
8.2 Personas físicas y jurídicas
8.3 Actividades: el sistema fiscal

9 Impuestos que gravan la actividad
9.1 Impuestos de actividades económicas
9.2 Regímenes especiales
9.3 Actividades: impuestos que gravan la actividad

10 Impuestos que gravan la renta beneficio
10.1 Regulación jurídica
10.2 Exenciones
10.3 Modelo 110 y 111
10.4 Modelo 190
10.5 Ganacias y pérdidas
10.6 Actividades: impuestos que gravan la renta beneficio

11 Marco jurídico laboral
11.1 Normas laborales constitucionales
11.2 Ley general de la seguridad social
11.3 Convenios colectivos
11.4 El contrato de trabajo
11.5 Modificación del contrato
11.6 El despido disciplinario
11.7 Actividades: marco jurídico laboral

12 Gestión de la calidad
12.1 Valoración de los parámetros de calidad
12.2 Responsables del control de calidad

© icaformación2025

12.3 Logro de un compromiso total
12.4 Los costos en la calidad
12.5 Actividades: gestión de la calidad
12.6 Cuestionario: cuestionario módulo 1 TÉCNICA DE APROVISIONAMIENTO

MF9107_0

Duración en horas: 130

OBJETIVOS: Definir el marco estratégico de aprovisionamiento de la empresa y llevar a cabo las operaciones concretas de compra y almacenaje de forma que se optimicen los intereses de la empresa. **1 Recepción de mercancías y productos**
1.1 Recepción de mercancías y productos
1.2 Proceso de recepción de mercancías
1.3 Compra
1.4 Legislación
1.5 Actividades: recepción de mercancías y productos

2 Almacenaje
2.1 Principios básicos
2.2 Criterios de almacenaje
2.3 Conceptos básicos
2.4 La preparación de pedidos
2.5 Organización
2.6 Clasificación y tipos de etiquetados
2.7 Actividades: almacenaje

3 Actividades del transporte
3.1 Generalidades
3.2 Elementos personales
3.3 Elementos reales
3.4 Conceptos
3.5 Responsabilidad
3.6 Ejecución del contrato
3.7 El sistema logístico
3.8 Formalización del contrato
3.9 Condiciones
3.10 Actividades: actividades del transporte

4 Gestión de los stocks
4.1 Tipos y características de los productos
4.2 Condiciones de conservación
4.3 Clasificación de los artículos
4.4 Gestión de aprovisionamiento
4.5 Control de inventarios
4.6 Principio de los métodos
4.7 Innovaciones tecnológicas
4.8 Sistema de valoración
4.9 Actividades: gestión de los stocks

5 Circuitos de aprovisionamiento
5.1 El departamento de compras
5.2 Mayoristas tradicionales
5.3 Cash and carry

6 Preparación de la compra

© icaformación2025

6.1 preparación de la compra
6.2 Investigación y selección
6.3 Fabricar o compra
6.4 Actividades: preparación de la compra

7 Operación de compra
7.1 Como gestionar tus compras
7.2 Negociar con el proveedor
7.3 Actividades: operación de compra

8 Relación comprador, proveedor
8.1 Introducción
8.2 Elementos del contrato
8.3 Incumplimiento de las obligaciones
8.4 Contratos afines
8.5 Actividades: relación comprador, proveedor
8.6 Cuestionario: cuestionario módulo 2 COMUNICACIÓN Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

MF9101_0

Duración en horas: 50

OBJETIVOS: Utilizar eficazmente las técnicas de comunicación y venta orientadas a los procesos de preparación de la venta. **1 Técnicas de comunicación**
1.1 Técnicas de comunicación
1.2 Las barreras de la comunicación
1.3 Funciones del lenguaje
1.4 Niveles de comunicación
1.5 La comunicación comercial y publicitaria
1.6 Actividades: técnicas de comunicación

2 Comportamientos de la compra y venta
2.1 El vendedor
2.2 Motivaciones profesionales
2.3 Medios de comunicación
2.4 Formación y perfeccionamiento
2.5 El comprador
2.6 Hábitos de consumo
2.7 Técnicas del conociemiento del consumidor
2.8 Actividades: comportamientos de la compra y venta TÉCNICAS DE VENTA

MF9108_0

Duración en horas: 75

OBJETIVOS: Utilizar eficazmente las técnicas de venta orientadas a los procesos de desarrollo y cierre de la misma. **1 Metodología de conocimiento de los productos**
1.1 Relación entre necesidades y productos
1.2 Caraterísticas técnicas
1.3 El ciclo de la vida de un producto
1.4 Actividades: metodología de conocimiento de los productos

2 La venta de contacto
2.1 El diálogo de venta
2.2 La argumentación

© icaformación2025

2.3 La demostración
2.4 Actividades: la venta de contacto

3 Cierre de la venta
3.1 Operativa de caja
3.2 Terminales punto de venta
3.3 El datáfono
3.4 Terminales pesadas
3.5 Medios de pago
3.6 Actividades: cierre de la venta

4 Empaquetado
4.1 Introducción
4.2 Empaquetado
4.3 Materiales de empaquetamiento
4.4 Empaquetado y medio ambiente
4.5 Actividades: empaquetado
4.6 Cuestionario: cuestionario módulo 4 TÉCNICAS DE ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTAS

MF9106_0

Duración en horas: 95

OBJETIVOS: Aplicar eficaz y apropiadamente las técnicas de "merchandising" y animación de venta con objeto de optimizar el espacio de ventas y la incentivación de éstas. **1 Los productos en el punto de venta**
1.1 Línea y gama de productos
1.2 Tipo de productos
1.3 Identificación del producto
1.4 Actividades: los productos en el punto de venta

2 El surtido
2.1 Definición
2.2 Caracterización
2.3 Estructurado
2.4 Actividades: el surtido

3 Organización del punto de venta
3.1 Conceptos básicos
3.2 Criterios de implantación
3.3 Comportamiento del cliente
3.4 Equipo y mobiliario
3.5 Calentamiento de zonas frias
3.6 Carteleria en el punto de venta
3.7 Actividades: organización del punto de venta

4 Técnica de merchandising
4.1 Técnica
4.2 Tipos de merchandising
4.3 Gestión del surtido
4.4 Gestión estratégica del lineal
4.5 Rentabilidad directa del producto
4.6 Actividades: técnica de merchandising

5 Comunicación comercial
5.1 Los objetivos
5.2 Los instrumentos

© icaformación2025

5.3 El proceso de la planificación
5.4 Reglamentación de la publicidad
5.5 La promoción de ventas
5.6 Escaparate
5.7 Actividades: comunicación comercial
5.8 Cuestionario: cuestionario módulo 5 GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

MF9103_0

Duración en horas: 60

OBJETIVOS: Realizar la coordinación del equipo humano a su cargo, dentro del marco jurídico en el que se desarrolla la actividad comercial, aplicando procesos y técnicas de gestión comercial.

1 El personal
1.1 Funciones
1.2 Organigrama
1.3 El clima laboral
1.4 El perfil del puesto de trabajo
1.5 Actividades: el personal

2 Reglamentación
2.1 Contrato de trabajo
2.2 Modalidades de contratación
2.3 Contratos indefinidos
2.4 Contratos temporales
2.5 Derecho de información
2.6 Actividades: reglamentación

3 Estilos de dirección
3.1 Estilos de dirección
3.2 Factores determinantes
3.3 Actividades: estilos de dirección

4 Comunicación con el equipo
4.1 Planteamiento
4.2 Tipos de presentaciones
4.3 Elementos de apoyo
4.4 Comunicación verbal
4.5 Comunicación no verbal
4.6 Imagen personal
4.7 Mensajes escritos
4.8 Actividades: comunicación con el equipo

5 Animación, motivación del personal
5.1 Introducción
5.2 Definición de motivación
5.3 Grupos y equipos
5.4 Motivación de equipos
5.5 Conclusiones
5.6 Actividades: animación, motivación del personal

6 Toma de decisiones
6.1 Toma de decisiones
6.2 Tipo de decisiones
6.3 Control
6.4 Actividades: toma de decisiones

© icaformación2025

7 Conflicto y negociación
7.1 Sentido de los conflictos
7.2 Las personas y los conflictos
7.3 Normas generales
7.4 Actividades: conflicto y negociación
7.5 Cuestionario: cuestionario módulo 6 COMPORTAMIENTOS LIGADOS A LA SEGURIDAD E HIGIENE

MF9100_0

Duración en horas: 20

OBJETIVOS: Prever los riesgos en el trabajo y determinar acciones preventivas y/o de protección a la salud, minimizando factores de riesgo y aplicando medidas sanitarias de primeros auxilios en caso de accidentes o siniestros. **1 Seguridad**
1.1 Riesgos
1.2 Medidas de prevención
1.3 Medios de protección colectiva
1.4 Sistema de detección y alarma
1.5 Protección contra incendios
1.6 Identificación
1.7 Sistema de extinción de incendios
1.8 Primeros auxilios
1.9 Actividades: seguridad

2 Higiene y calidad de ambiente
2.1 Higiene
2.2 Párametros de influencia
2.3 Prevención y control de riesgos
2.4 Higiene personal
2.5 Fenómenos de degradación
2.6 Confort
2.7 Factores técnicos de ambiente
2.8 Métodos de conservación
2.9 Principios básicos
2.10 Riesgos de fatiga fisica y mental
2.11 Comité de seguridad y salud
2.12 Actividades: higiene y calidad de ambiente
2.13 Cuestionario: cuestionario módulo 7 INTRODUCCIÓN A LA INFORMÁTICA Y AL USO Y MANEJO DE APLICACIONES COMERCIALES

MF9105_0

Duración en horas: 20

OBJETIVOS: Comprender el funcionamiento general de un ordenador personal y la función de sus distintos componentes, y el proceso genérico de entrada y utilización de una aplicación. **1 Hardware**
1.1 Hardware
1.2 Actividades: hardware

2 Software
2.1 Software
2.2 Sistema operativo windows
2.3 Actividades: software
2.4 Cuestionario: cuestionario módulo 8 INFORMATIZACIÓN DEL COMERCIO

© icaformación2025

MF9104_0

Duración en horas: 20

OBJETIVOS: Ofrecer criterios y orientaciones generales para la informatización del comercio y la utilización de instrumentos informáticos de gestión comercial. **1 Introducción a los sistemas informáticos**
1.1 Introducción a los sistemas informáticos
1.2 Aproximaciones tradicionales
1.3 Atribución del costo
1.4 Actividades: introducción a los sistemas informáticos

2 Informatización del comercio
2.1 Información a contaplus
2.2 Personalización del panel
2.3 Barra de menús superior
2.4 Entrar y abandonar el programa
2.5 área de trabajo
2.6 Esquema a seguir
2.7 Tablas generales
2.8 Grupos de venta contabilidad
2.9 Proveedores
2.10 Operación de venta
2.11 Entrar y salir del programa
2.12 Actividades: informatización del comercio

3 Instrumentos tecnológicos complementarios
3.1 La caja registradora
3.2 El terminal en el punto de venta
3.4 La codificación comercial
3.5 El escáner
3.6 Actividades: instrumentos tecnológicos complementarios

4 Redes informáticas
4.1 Red de computadoras
4.2 Ventaja de las redes
4.3 Topologías
4.4 Dispositivos
4.5 Punto de acceso
4.6 Tipo de configuraciones
4.7 Seguridad en redes
4.8 Actividades: redes informáticas
4.9 Cuestionario: cuestionario módulo 9

© icaformación2025