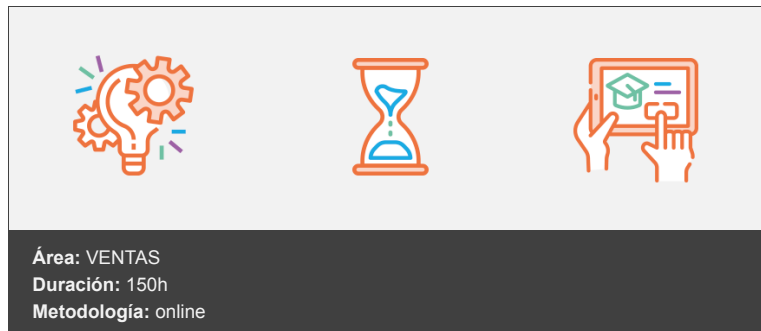


## Estructura y administración del pequeño comercio (adgd101po)



### Objetivos

- Adquirir los conocimientos básicos sobre el significado moderno de empresa, su estructura y administración, desarrollando una visión de conjunto sobre las diversas áreas de gestión que han de integrarse desde la dirección de la empresa.

### Contenidos y estructura del curso

#### ESTRUCTURA Y ADMINISTRACIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIO (ADGD101PO)

##### 1. GESTIÓN EMPRESARIAL

- 1.1. Constitución de empresas
  - 1.1.1. Introducción y objetivos
  - 1.1.2. De la idea de negocio a la constitución de la empresa
  - 1.1.3. Trámites modalidad "autónomos"
  - 1.1.4. Trámites modalidad "sociedades limitadas y anónimas"
  - 1.1.5. Trámites modalidad "cooperativas"
  - 1.1.6. Ayudas y subvenciones a la creación de empleo autónomo
- 1.2. Funciones de la empresa
  - 1.2.1. Función Comercial y Marketing
  - 1.2.2. Función de Producción
  - 1.2.3. Función Financiera
  - 1.2.4. Función de Recursos Humanos
- 1.3. Control de gestión
  - 1.3.1. La estructura organizativa de la empresa
  - 1.3.2. Controlando las actividades
- 1.4. Cualidades del empresario
  - 1.4.1. Definición de empresario
  - 1.4.2. Aspectos a considerar
  - 1.4.3. La cualidad de organización
  - 1.4.4. Cualidades del empresario organizado

##### 2. LA INICIATIVA EMPRENDEDORA Y EL PLAN DE EMPRESA

- 2.1. Iniciativa, creatividad e innovación
  - 2.1.1. Iniciativa
  - 2.1.2. Creatividad
  - 2.1.3. Innovación
- 2.2. El emprendedor
  - 2.2.1. Cualidades de la persona emprendedora

- 2.3. La cultura emprendedora
- 2.3.1. Principios para el desarrollo de la cultura emprendedora
- 2.4. La idea de negocio
- 2.4.1. Fuentes donde se pueden originar ideas
- 2.5. El plan de empresa
- 2.5.1. Objetivos del plan
- 2.5.2. Fases para la elaboración del plan
- 2.6. Elaboración del plan de empresa
- 2.6.1. Introducción
- 2.6.2. Promotores del plan
- 2.6.3. Descripción de los productos/servicios
- 2.6.4. Plan de producción
- 2.6.5. Análisis del mercado
- 2.6.6. El plan de marketing
- 2.6.7. Organización y recursos humanos
- 2.6.8. Plan de inversiones
- 2.6.9. Previsión de la cuenta de resultados
- 2.6.10. Financiación del plan
- 2.6.11. Valoración del riesgo

### **3. CREACIÓN DE UN PEQUEÑO COMERCIO**

- 3.1. Análisis del entorno
- 3.2. Análisis del mercado y el entorno comercial
- 3.2.1. Análisis del mercado
- 3.2.2. Identificación y cuantificación del mercado
- 3.2.3. La cuota de mercado
- 3.2.4. Análisis de los clientes
- 3.2.5. Análisis de la competencia
- 3.3. La investigación de mercados
- 3.4. Fuentes de información
- 3.5. Fases de una investigación de mercados
- 3.6. El cuestionario
- 3.7. Análisis DAFO
- 3.8. Ubicación del establecimiento comercial
- 3.8.1. Área comercial
- 3.8.2. Estudio de la ubicación

### **4. LA FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA**

- 4.1. El concepto de personalidad física y jurídica de una empresa
- 4.2. La empresa individual
- 4.3. La comunidad de bienes
- 4.4. La sociedad civil
- 4.5. La sociedad de responsabilidad limitada
- 4.6. La sociedad anónima
- 4.7. Otras formas jurídicas
- 4.7.1. Sociedad limitada nueva empresa
- 4.7.2. Sociedad colectiva
- 4.7.3. Sociedades laborales
- 4.7.4. Sociedades cooperativas
- 4.7.5. Sociedades profesionales
- 4.8. Elección de la forma jurídica
- 4.9. Trámites para la creación de una empresa
- 4.9.1. Trámites de constitución
- 4.9.2. Trámites fiscales
- 4.9.3. Trámites laborales

### **5. GESTIÓN CONTABLE Y FISCAL**

- 5.1. Introducción a la contabilidad
- 5.1.1. Aspectos generales
- 5.1.2. Funcionamiento de las cuentas de Activo, Pasivo y Neto
- 5.1.3. Funcionamiento de las cuentas de ingresos y gastos
- 5.2. Análisis de estados financieros
- 5.2.1. Introducción a la contabilidad
- 5.2.2. El resultado (Cuenta de pérdidas y ganancias)

- 5.2.3. El patrimonio (Balance)
- 5.2.4. Análisis económico financiero
- 5.3. Control de costes
  - 5.3.1. La contabilidad y el funcionamiento empresarial
  - 5.3.2. Los costes en la empresa
  - 5.3.3. Decisiones empresariales
  - 5.3.4. Decisiones operativas sobre un producto/pedido
  - 5.3.5. Decisiones operativas sobre el precio
- 5.4. Control de presupuestos
  - 5.4.1. La información económica y la actividad empresarial
  - 5.4.2. El sistema presupuestario
  - 5.4.3. Análisis de desviaciones
- 5.5. Obligaciones fiscales

## **6. GESTIÓN DE MARKETING**

- 6.1. Introducción al marketing
  - 6.1.1. Introducción
  - 6.1.2. Concepto de marketing
  - 6.1.3. El mercado
- 6.2. La investigación de mercados
  - 6.2.1. El proceso de decisión de compra
  - 6.2.2. La investigación de mercados
- 6.3. El producto
  - 6.3.1. Conceptos relativos al producto
  - 6.3.2. Ciclo de vida del producto
  - 6.3.3. La marca
- 6.4. El precio
  - 6.4.1. La distribución del producto
  - 6.4.2. Política y estrategia de precios
- 6.5. La distribución
  - 6.5.1. Distribución del producto
- 6.6. Publicidad y promoción
  - 6.6.1. La publicidad
  - 6.6.2. La promoción de ventas

## **7. GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS**

- 7.1. Administración de los recursos humanos
  - 7.1.1. El contrato de trabajo
  - 7.1.2. El salario y el tiempo de trabajo
  - 7.1.3. La representación de los trabajadores
  - 7.1.4. El sistema de la Seguridad Social
  - 7.1.5. Prestaciones de la Seguridad Social y Desempleo
- 7.2. Gestión del capital humano
  - 7.2.1. La gestión de RRHH como sistema
  - 7.2.2. Desarrollo de las personas
  - 7.2.3. Evaluación del desempeño
  - 7.2.4. Información y comunicación
  - 7.2.5. Otros subsistemas
- 7.3. Gestión por competencias
  - 7.3.1. ¿Qué son las competencias?
  - 7.3.2. Conocimientos
  - 7.3.3. Habilidades y otras competencias
  - 7.3.4. Competencias y puestos
- 7.4. La planificación en la selección de personal
  - 7.4.1. Introducción
  - 7.4.2. Previsión de bajas en los puestos
  - 7.4.3. Planes para cubrir puestos
  - 7.4.4. El proceso de selección
  - 7.4.5. La política de selección de personal
  - 7.4.6. El reclutamiento de personal
  - 7.4.7. Elección de fuentes de reclutamiento
- 7.5. Análisis, descripción y valoración de puestos de trabajo
  - 7.5.1. Análisis de Puestos de trabajo
  - 7.5.2. Descripción de puestos de trabajo
  - 7.5.3. Valoración de los puestos de trabajo

- 7.6. El futuro del trabajo humano: las tesis de handly
- 7.6.1. Introducción
- 7.6.2. Un mundo que cambia
- 7.6.3. El lugar de las dos economías
- 7.6.4. Los nuevos tipos de trabajo
- 7.6.5. Un nuevo orden de alternativas
- 7.6.6. Educar para el mañana
- 7.6.7. Múltiples opciones y planes de vida

## 8. TÉCNICAS DE VENTA

- 8.1. Introducción
- 8.1.1. La importancia de la profesión de ventas
- 8.1.2. El grid del vendedor
- 8.1.3. El proceso de la venta
- 8.2. Preparación
- 8.2.1. ¿Qué información necesitamos?
- 8.2.2. La preparación de la entrevista comercial
- 8.2.3. El argumentario de ventas
- 8.3. Contacto
- 8.3.1. El primer contacto con el cliente
- 8.3.2. La comunicación
- 8.3.3. Herramientas
- 8.4. Información
- 8.4.1. El arte de obtener información
- 8.5. Argumentación
- 8.5.1. La etapa de argumentación
- 8.5.2. Tratamiento de objeciones
- 8.6. Cierre
- 8.6.1. El cierre o compromiso
- 8.6.2. Técnicas de cierre
- 8.7. Observaciones finales
- 8.7.1. Análisis de la venta ganada-perdida
- 8.7.2. Cualidades del vendedor
- 8.7.3. Tipología de clientes

## 9. LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE

- 9.1. El consumidor
- 9.2. Características del servicio de calidad
- 9.3. Las normas de calidad del servicio
- 9.4. Los servicios adicionales a la venta
- 9.5. Los instrumentos para medir la calidad y el grado de satisfacción del cliente
- 9.6. El plan de gestión de incidencias
- 9.7. El plan de calidad en el pequeño comercio

### Metodología

En Critería creemos que para que la formación e-Learning sea realmente exitosa, tiene que estar basada en contenidos 100% multimedia (imágenes, sonidos, vídeos, etc.) diseñados con criterio pedagógico y soportados en una plataforma que ofrezca recursos de comunicación como chats, foros y conferencias...Esto se logra gracias al trabajo coordinado de nuestro equipo e-Learning integrado por profesionales en pedagogía, diseño multimedia y docentes con mucha experiencia en las diferentes áreas temáticas de nuestro catálogo.

### Perfil persona formadora

Esta acción formativa será impartida por un/a experto/a en el área homologado/a por Critería, en cumplimiento con los procedimientos de calidad, con experiencia y formación pedagógica.

*En Critería queremos estar bien cerca de ti, ayúdanos a hacerlo posible:  
¡Suscríbete a nuestro blog y síguenos en redes sociales!*

Blog de Critería

