



DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

INTRODUCCIÓN

El presente curso de Dirección y Gestión de Establecimientos Comerciales proporciona una formación completa y actualizada de las nuevas realidades a implementar en la Dirección de establecimientos comerciales.

Los notables cambios experimentados en las sociedades modernas de la información hacen que, de manera inevitable, los tradicionales procedimientos de distribución y venta se hayan visto influenciados por aparición de las nuevas tecnologías y las plataformas de comunicación.

Esta evolución de la sociedad actual hace que sea necesario un curso tan específico como este, resultando insuficiente la formación autodidacta para la adaptación a las nuevas realidades tecnológicas. Es en este contexto, donde se desarrolla el presente curso de Dirección y Gestión de Establecimientos Comerciales.

¿A QUIEN VA DIRIGIDO? / REQUISITOS

Este curso de Dirección de Establecimientos Comerciales se dirige tanto a profesionales que estén en activo en este sector, como a personas, con o sin experiencia, que se quieran dedicar al mundo del comercio o estén pensando en mejorar sus competencias profesionales.

El temario ha sido elaborado por expertos en gestión comercial considerando que los posibles alumnos puedan realizar el curso con

aprovechamiento, con independencia del nivel de conocimientos previos que puedan tener en las materias tratadas.

El curso puede ser realizado por profesionales en activo tales como empresarios y administrativos, etc... que ya se encuentren trabajando en el sector y que deseen encaminar su carrera profesional a la Dirección y Gestión de Establecimientos Comerciales.

OBJETIVOS

El objetivo fundamental del curso es proporcionar al alumno los conocimientos y competencias necesarias para dirigir una actividad comercial englobada en un determinado sector económico.

El curso se compone de tres módulos principales, Dirección y Gestión de Empresas, Políticas de Marketing y Establecimientos comerciales. Entre los objetivos principales que se plantean con esta formación están:

- Especialización en la gestión de establecimientos comerciales.
- Desarrollar e implementar estrategias comerciales.
- Conocer el público objetivo del establecimiento.
- Segmentar correctamente las acciones comerciales de promoción y venta.
- Establecer políticas de fidelización de clientes.
- Conocer los elementos principales dentro del comercio minorista.
- Marketing mix: producto, precio, distribución y comunicación.
- Conocer todos los aspectos del funcionamiento en los puntos de venta.
- Conocer los conceptos básicos en el diseño de establecimientos.
- Establecer políticas de recursos humanos acordes con la estrategia comercial elegida.
- Dirigir y gestionar equipos de trabajo.
- Estar capacitado para adaptarse a la constante evolución e innovación tecnológica que nos rodea y ser capaz de integrarlas en la dirección y gestión de la actividad del establecimiento comercial.

- Ser capaz de elaborar e implementar los procedimientos operativos adecuados para el control y la ejecución de las operaciones comerciales.

SALIDAS PROFESIONALES

Los alumnos que hayan superado con éxito el curso podrán desempeñar actividad profesional en empresas, asesorías, consultoras, dirección comercial de establecimientos e incluso aplicar sus conocimientos a la creación de una actividad empresarial y comercial por cuenta propia.

CONTENIDO

Los materiales Didácticos que recibirás para realizar el Curso han sido desarrollados por expertos en Formación Abierta, para que desarrolles los conocimientos de los contenidos de los mismos sin necesidad de acudir a clases presenciales, a tu ritmo y desde cualquier lugar, lo que te da la ventaja de conseguir los objetivos que te plantees de acuerdo a tu capacidad y el tiempo del que dispongas.

El curso se divide en 3 módulos, cada módulo dispone de una serie de temas que cuentan con cuestionarios de autoevaluación y/o actividades a través de los cuales el alumnado puede comprobar los resultados de su aprendizaje de acuerdo al avance que va desarrollando en el curso.

Los contenidos se agrupan en los siguientes módulos profesionales:

Módulo 1 - Dirección y Gestión de Empresas

- **Tema 1.** La empresa.
- **Tema 2.** Proceso de Creación de una Empresa.
- **Tema 3.** Organización de la Empresa.
- **Tema 4.** Dirección de la Empresa.
- **Tema 5.** El Liderazgo.
- **Tema 6.** La Toma de Decisiones.
- **Tema 7.** La Resolución de conflictos.
- **Tema 8.** Dirección y conducción de reuniones.
- **Tema 9.** Trabajo en equipo, Comunicación y Delegación.
- **Tema 10.** Gestión de la Empresa.
- **Tema 11.** Planificación y Gestión del Tiempo.

- **Tema 12.** Análisis, Descripción y Valoración de Puestos de Trabajo.
- **Tema 13.** Reclutamiento y Selección de Personal.
- **Tema 14.** La Formación.
- **Tema 15.** PRL. Normativa de Seguridad e Higiene.

Examen de **Evaluación nº 1**

Módulo 2 - Políticas de Marketing

- **Tema 1.** El Marketing y la Actividad Económica.
- **Tema 2.** Política del Producto.
- **Tema 3.** Análisis y Planificación del Producto.
- **Tema 4.** Estrategias de Producto.
- **Tema 5.** Política de Precios.
- **Tema 6.** Política de Distribución.
- **Tema 7.** Costes de Distribución.
- **Tema 8.** Nuevo Desarrollo de la Distribución.
- **Tema 9.** Políticas de Comunicación.
- **Tema 10.** La Publicidad.
- **Tema 11.** La Promoción.
- **Tema 12.** Relaciones Públicas.
- **Tema 13.** El Plan de Marketing.
- **Tema 14.** La Estadística Aplicable a un Plan de Marketing.
- **Tema 15.** El Briefing.
- **Tema 16.** Concepto de Planificación Comercial.
- **Tema 17.** Organización de la Estrategia Comercial.
- **Tema 18.** Programas Informáticos Específicos de Marketing.

Bibliografía

Examen de **Evaluación nº 2**

Módulo 3 - Establecimientos Comerciales

- **Tema 1.** El Marketing en el Punto de Venta. Merchandising.
- **Tema 2.** Fases de Aplicación del Merchandising.
- **Tema 3.** Merchandising y Surtido.
- **Tema 4.** El Merchandising del Fabricante.
- **Tema 5.** El Escaparatismo.
- **Tema 6.** Diseño de Escaparates.
- **Tema 7.** Optimización del lineal.
- **Tema 8.** Cálculo de Optimización de los Racing por artículo.
- **Tema 9.** La Publicidad en el Lugar de Venta.

- **Tema 10.** Promoción de Ventas.
- **Tema 11.** Control de las acciones de Merchandising.
- **Tema 12.** Cálculo de ratios económico-financieros.
- **Tema 13.** Normativas: Seguridad e Higiene.
- **Tema 14.** Tendencias del Merchandising.
- **Tema 15.** Técnicas de Venta I.
- **Tema 16.** Técnicas de Venta II.
- **Tema 17.** La Organización de la Venta I.
- **Tema 18.** La Organización de la Venta II.

Bibliografía

Examen de **Evaluación nº 3**

ACREDITACIÓN Y DIPLOMA

“Dirección y Gestión de Establecimientos Comerciales”