



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE  
DEL ÉXITO**

# Guía del Curso

## MF2106\_2 Gestión de Compras en el Pequeño Comercio

---

Modalidad de realización del curso: [A distancia y Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

---

### OBJETIVOS

Este curso se ajusta a lo expuesto en el itinerario de aprendizaje perteneciente al Modulo Formativo MF2106\_2 Gestión de compras en el pequeño comercio, regulado en el Real Decreto 614/2013, de 2 de agosto , que permitirá al alumnado adquirir las competencias profesionales necesarias para garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento del pequeño comercio.

### CONTENIDOS

#### MÓDULO 1. GESTIÓN DE COMPRAS EN EL PEQUEÑO COMERCIO

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE COMPRAS EN EL PEQUEÑO COMERCIO

1. Objetivos de la planificación
2. Fases del ciclo de compras
3. Criterios de aprovisionamiento en el pequeño comercio
4. Previsión de compras y ventas:

5. Ratios de gestión de pedidos y control de stocks:

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN CON PROVEEDORES

1. Acuerdos con proveedores: el contrato de suministro
2. Técnicas de comunicación y negociación con proveedores
3. Instrumentos de negociación con proveedores:
4. Centrales de compra
5. Internet como herramienta de búsqueda de proveedores y canal de compra

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE PEDIDOS

1. Realización de pedidos a través de medios presenciales y telemáticos
2. Especificaciones de producto
3. Ofertas
4. Detección de errores en el proceso de compra y realización de ajustes
5. Organización material y administrativa de la documentación

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. ALMACENAJE Y GESTIÓN DEL APROVISIONAMIENTO DEL PEQUEÑO COMERCIO

1. Organización del almacenaje en pequeños comercios:
2. Recepción de mercancías y productos
3. Sistemas de codificación de productos:
4. Gestión de stocks:
5. Recuento e inventario de productos
6. Aplicaciones ofimáticas de aprovisionamiento y almacén para pequeños comercios

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. ANÁLISIS Y GESTIÓN DEL SURTIDO DE PRODUCTOS EN EL PEQUEÑO COMERCIO

1. Seguimiento y gestión de ventas:
2. Ratios para la gestión de productos:
3. Detección de productos obsoletos y poco rentables
4. Incorporación de innovaciones y novedades a la gama de productos



C/ San Lorenzo 2 - 2  
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476  
Fax: 951 987 941



[www.academiaintegral.com.es](http://www.academiaintegral.com.es)  
E-mail: [info@academiaintegral.com.es](mailto:info@academiaintegral.com.es)