



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

ADGD101PO ESTRUCTURA Y ADMINISTRACIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIO

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

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

OBJETIVOS

Este Curso ADGD101PO ESTRUCTURA Y ADMINISTRACIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIO le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Administración y gestión. Con este CURSO ADGD101PO ESTRUCTURA Y ADMINISTRACIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIO el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y 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

UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN EMPRESARIAL

1. Constitución de empresas
2. - Introducción y objetivos
3. - De la idea de negocio a la constitución de la empresa
4. - Trámites modalidad "autónomos".
5. - Trámites modalidad "sociedades limitadas y anónimas".
6. - Trámites modalidad "cooperativas".

7. - Ayudas y subvenciones a la creación de empleo autónomo
8. Funciones de la empresa
9. - Función Comercial y Marketing
10. - Función de Producción
11. - Función Financiera
12. - Función de Recursos Humanos
13. Control de gestión
14. - La estructura organizativa de la empresa
15. - Controlando las actividades
16. Cualidades del empresario
17. - Definición de empresario
18. - Aspectos a considerar
19. - La cualidad de organización
20. - Cualidades del empresario organizado

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA INICIATIVA EMPRENDEDORA Y EL PLAN DE EMPRESA

1. Iniciativa, creatividad e innovación
2. - Iniciativa
3. - Creatividad
4. - Innovación
5. El emprendedor
6. - Cualidades de la persona emprendedora
7. La cultura emprendedora
8. - Principios para el desarrollo de la cultura emprendedora
9. La idea de negocio
10. - Fuentes donde se pueden originar ideas
11. El plan de empresa
12. - Objetivos del plan
13. - Fases para la elaboración del plan
14. Elaboración del plan de empresa
15. - Introducción
16. - Promotores del plan

17. - Descripción de los productos/servicios
18. - Plan de producción
19. - Análisis del mercado
20. - El plan de marketing
21. - Organización y recursos humanos
22. - Plan de inversiones
23. - Previsión de la cuenta de resultados
24. - Financiación del plan
25. - Valoración del riesgo

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CREACIÓN DE UN PEQUEÑO COMERCIO

1. Análisis del entorno
2. Análisis del mercado y el entorno comercial
3. - Análisis del mercado
4. - Identificación y cuantificación del mercado
5. - La cuota de mercado
6. - Análisis de los clientes
7. - Análisis de la competencia
8. La investigación de mercados
9. Fuentes de información
10. Fases de una investigación de mercados
11. El cuestionario
12. Análisis DAFO
13. Ubicación del establecimiento comercial
14. - Área comercial
15. - Estudio de la ubicación

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA

1. El concepto de personalidad física y jurídica de una empresa
2. La empresa individual
3. La comunidad de bienes
4. La sociedad civil

5. La sociedad de responsabilidad limitada
6. La sociedad anónima
7. Otras formas jurídicas
8. - Sociedad limitada nueva empresa
9. - Sociedad colectiva
10. - Sociedades laborales
11. - Sociedades cooperativas
12. - Sociedades profesionales
13. Elección de la forma jurídica
14. Trámites para la creación de una empresa
15. - Trámites de constitución
16. - Trámites fiscales
17. - Trámites laborales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN CONTABLE Y FISCAL

1. Introducción a la contabilidad
2. - Aspectos generales
3. Funcionamiento de las cuentas de Activo, Pasivo y Neto
4. - Funcionamiento de las cuentas de ingresos y gastos
5. Análisis de estados financieros
6. - Introducción a la contabilidad
7. - El resultado (Cuenta de pérdidas y ganancias)
8. - El patrimonio (Balance)
9. - Análisis económico financiero
10. Control de costes
11. - La contabilidad y el funcionamiento empresarial
12. - Los costes en la empresa
13. - Decisiones empresariales
14. - Decisiones operativas sobre un producto/pedido
15. - Decisiones operativas sobre el precio
16. Control de presupuestos
17. - La información económica y la actividad empresarial
18. - El sistema presupuestario

19. - Análisis de desviaciones
20. Obligaciones fiscales

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE MARKETING

1. Introducción al marketing
2. - Introducción
3. - Concepto de marketing
4. - El mercado
5. La investigación de mercados
6. - El proceso de decisión de compra
7. - La investigación de mercados
8. El producto
9. - Conceptos relativos al producto
10. - Ciclo de vida del producto
11. - La marca
12. El precio
13. - La distribución del producto
14. - Política y estrategia de precios
15. La distribución
16. - Distribución del producto
17. Publicidad y promoción
18. - La publicidad
19. - La promoción de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS

1. Administración de los recursos humanos
2. - El contrato de trabajo
3. - El salario y el tiempo de trabajo
4. - La representación de los trabajadores
5. - El sistema de la Seguridad Social
6. - Prestaciones de la Seguridad Social y Desempleo
7. Gestión del capital humano

8. - La gestión de RRHH como sistema
9. - Desarrollo de las personas
10. - Evaluación del desempeño
11. - Información y comunicación
12. - Otros subsistemas
13. Gestión por competencias
14. - ¿Qué son las competencias?
15. - Conocimientos
16. - Habilidades y otras competencias
17. - Competencias y puestos
18. La planificación en la selección de personal
19. - Introducción
20. - Previsión de bajas en los puestos
21. - Planes para cubrir puestos
22. - El proceso de selección
23. - La política de selección de personal
24. - El reclutamiento de personal
25. - Elección de fuentes de reclutamiento
26. Análisis, descripción y valoración de puestos de trabajo
27. - Análisis de Puestos de trabajo
28. - Descripción de puestos de trabajo
29. - Valoración de los puestos de trabajo
30. El futuro del trabajo humano: las tesis de handly
31. - Introducción
32. - Un mundo que cambia
33. - El lugar de las dos economías
34. - Los nuevos tipos de trabajo
35. - Un nuevo orden de alternativas
36. - Educar para el mañana
37. - Múltiples opciones y planes de vida

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TÉCNICAS DE VENTA

1. Introducción

2. - La importancia de la profesión de ventas
3. - El grid del vendedor
4. - El proceso de la venta
5. Preparación
6. - ¿Qué información necesitamos?
7. - La preparación de la entrevista comercial
8. - El argumentario de ventas
9. Contacto
10. - El primer contacto con el cliente
11. - La comunicación
12. - Herramientas
13. Información
14. - El arte de obtener información
15. Argumentación
16. - La etapa de argumentación
17. - Tratamiento de objeciones
18. Cierre
19. - El cierre o compromiso
20. - Técnicas de cierre
21. Observaciones finales
22. - Análisis de la venta ganada-perdida
23. - Cualidades del vendedor
24. - Tipología de clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE

1. El consumidor
2. Características del servicio de calidad
3. Las normas de calidad del servicio
4. Los servicios adicionales a la venta
5. Los instrumentos para medir la calidad y el grado de satisfacción del cliente
6. El plan de gestión de incidencias
7. El plan de calidad en el pequeño comercio



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es