



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Curso Experto en Comercio, Gestión de Compras y Control de Almacén

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Curso Experto en Comercio, Gestión de Compras y Control de Almacén

duración total: 250 horas

horas teleformación: 150 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

Gracias al comercio electrónico el mercado global ha crecido como nunca antes lo había hecho. Para evitar problemas en la gestión empresarial es importante controlar los costes del negocio y para ello es de vital importancia crear y controlar una buena cadena de suministros. A esto le sigue la gestión del almacén y un control del stock que le permitan la más rápida y eficaz distribución de sus productos. A través de este curso, el alumnado obtendrá los conocimientos necesarios para lograr una buena gestión de compra y control del almacén, idóneo para situarse en una posición privilegiada en el mercado.



a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Planificar, crear y desarrollar un negocio online.
- Definir la Cadena de Suministro.
- Conocer los modelos de gestión del almacén.
- Elaborar presupuestos y planes ajustados a la estrategia de negocio.
- Conoce como definir y desarrollar todo el proceso de venta con éxito a través de internet.
- Diseñar y desarrollar las redes de distribución en la empresa y aplicar una correcta gestión de las Operaciones y Ventas.

para qué te prepara

El curso comercio dotará al alumnado de todos los conocimientos técnicos y teóricos en el ámbito de la gestión de compras, control del almacén y distribución de los productos aportándole una base sólida de todos los conceptos, factores y aspectos a considerar a la hora de trabajar con cualquier modelo de negocio online. El alumno aprenderá a trasladar las variables que influyen en su estrategia de negocio, de forma que podrá optimizar sus recursos para adoptar en cada momento la acción que más se adecúe a las necesidades tanto de la empresa como de su público objetivo.

salidas laborales

Sector empresarial; Especialistas en Comercio Electrónico ; Dirección de ventas; Distribución comercial; Responsable de compras y aprovisionamiento; Responsable de la gestión del almacén.

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello

NOMBRE DEL ALUMNO/A



forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Comercio Electrónico: Modelo de Negocio Online, Proceso de Compra y Pago, Promoción \
- Manual teórico 'Almacenaje, inventarios y gestión de stock'
- Manual teórico 'Administración de la Cadena de suministro (Supply Chain Management)'
- Manual teórico 'Elaboración y Control de Presupuestos'
- Manual teórico 'Logística en la Empresa'



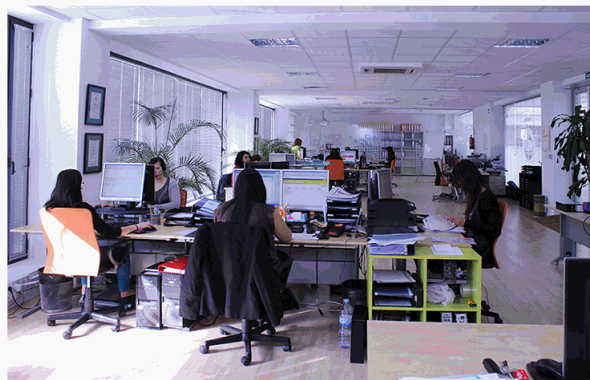
+ Información Gratis

profesorado y servicio de tutorías

Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.
- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.
- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de inesem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo

MÓDULO 1. COMERCIO ELECTRÓNICO: MODELO DE NEGOCIO ONLINE, PROCESO DE COMPRA Y PAGO, PROMOCIÓN WEB, FIDELIZACIÓN DE CLIENTES Y ENTORNO LEGAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. El Comercio Electrónico: Aproximación

- 1.El Comercio Electrónico como instrumento para crear valor
- 2.Marketing electrónico y Comercio Electrónico. Diferencias entre los términos
- 3.El Comercio Electrónico: Origen y antecedentes
- 4.Internet y sus ventajas en la estrategia de Marketing
- 5.El Comercio Electrónico en datos: Informes
- 6.Ejercicios complementarios: Aproximación al Comercio Electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. Planificación para generar ingresos: Modelos de Negocio Online

- 1.Modelos de Negocio Online: Contextualización
- 2.Modelos de negocio online según los participantes en las transacciones comerciales electrónicas: B2B, B2C, C2C otras
- 3.Tipos de Negocio Online según Hoffman, Novak y Chatterjee: Tiendas electrónicas, presencia en internet, sitios w de contenido, email, agentes de búsqueda y control del tráfico
- 4.Modelos de negocio basados en internet según Michael Rappa: BroKers, Publicidad, Infomediarios, mayoristas y detallistas, canal directo del fabricante, afiliación, Comunidad, suscripción y bajo demanda
- 5.Basados en las redes inter-organizacionales: Informativo, Transaccional y Operacional
- 6.Otros modelos de negocio: subastas online, plataformas de colaboración, Comunidades virtuales y mercado de productos usados
- 7.Ejercicios complementarios: Planificación para generar ingresos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. Proceso de Compra en Comercio Electrónico: Fases, cadena de valor y beneficios

- 1.Fases del proceso de compra: información, argumentación, producto y dinero, e Información y soporte al consumidor
- 2.Carro de la compra: medidas para favorecer el proceso de compra
- 3.Cadena de valor en comercio electrónico: Mejoras
- 4.Beneficios de Internet y del Comercio Electrónico desde el punto de vista del consumidor y de la empresa
- 5.Ejercicios complementarios: Proceso de Compra en Comercio Electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 4. El intercambio de productos online

- 1.La inmediatez en el intercambio de productos: Intercambio de productos y/o servicios a través de Internet
- 2.Factores que influyen en la experiencia web para que se produzca el intercambio de productos y/o servicios: usabilidad, interactividad, confianza, estética web y marketing mix
- 3.Criterios empresariales para la fijación de precios en internet
- 4.Atención al cliente antes y después de la venta en el intercambio de productos vía internet
- 5.Ejercicios complementarios: Intercambio de productos online

UNIDAD DIDÁCTICA 5. Internet como canal de comunicación en Comercio Electrónico: Promoción Web

- 1.Comunicación transversal entre empresa y consumidor: Internet como canal de comunicación
- 2.Herramientas en Comunicación: Publicidad, Promoción, Marketing directo, Relaciones públicas y Fuerza de Venta
- 3.Venta en internet: conseguir la venta y fidelización
- 4.Proceso de planificación publicitaria: La campaña publicitaria
- 5.Campañas online: SEM, SEO, promoción de ventas online, marketing directo online y redes sociales
- 6.Ejercicios complementarios: Internet como canal de comunicación en Comercio Electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 6. Fidelización de clientes en el Comercio Electrónico

- 1.Introducción: ¿Captar al cliente o fidelizar al cliente?
- 2.Proceso de fidelización: claves
- 3.Fidelización en comercio electrónico: ventajas

- 4.Mantenimiento de cartera de clientes
- 5.Acciones a tener en cuenta para llevar a cabo la fidelización: fórmula IDIP
- 6.Estrategias en fidelización: Cross Selling, Up Selling y Diversificación a otros sectores
- 7.Nivel de fidelización de los clientes
- 8.Ejercicios complementarios: Fidelización de clientes en el Comercio Electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 7. Medios de Pago en el Comercio Electrónico

- 1.Medios de pago en las transacciones electrónicas
- 2.Clasificación de los medios de pago: tradicionales y puramente online
- 3.El medio de pago por excelencia: Las tarjetas bancarias
- 4.Pago contra-reembolso: Ventajas e inconvenientes
- 5.Transferencia bancaria directa
- 6.Medios de Pago puramente online: paypal, pago por teléfono móvil, tarjetas virtuales, monedas virtuales y mobipa
- 7.Seguridad en los pagos online: Secure Sockets Layer, Secure Electronic Transaction, 3D - Secure, Certificados digitales - Firma electrónica
- 8.Fraude para los consumidores online
- 9.Ejercicios complementarios: Medios de pago en el Comercio Electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 8. Normativa reguladora del Comercio Electrónico

- 1.Principales normas de ordenación del Comercio Electrónico
- 2.Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los Derechos Digitales
- 3.Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSI): Ley 34/2002, de 11 de julio
- 4.Protección de Datos en Marketing
- 5.Ejercicios complementarios: Normativa reguladora del Comercio Electrónico

MÓDULO 2. ELABORACIÓN Y CONTROL DE PRESUPUESTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. Planificación presupuestaria

- 1.Proceso de planificación de la empresa
- 2.Estructura del control
- 3.Organización del proceso presupuestario
 - 1.- La previsión
 - 2.- El presupuesto
 - 3.- Control presupuestario
 - 4.- Dossier
 - 5.- Objetivos, requisitos y principios del proceso presupuestario
- 4.Ejercicio resuelto. Dossier de seguimiento presupuestario

UNIDAD DIDÁCTICA 2. Elaboración del presupuesto anual

- 1.Presupuestos de explotación: ventas, producción y compras
 - 1.- Presupuesto de ventas
 - 2.- Presupuesto de producción
 - 3.- Presupuesto de compras
- 2.Presupuestos de capital: inversión, financiero y de capital
 - 1.- Presupuesto de inversión
 - 2.- Presupuesto financiero
 - 3.- La viabilidad del presupuesto capital
- 3.Presupuesto de tesorería
 - 1.- Plan de financiación a corto plazo
 - 2.- Presupuesto de pagos a corto plazo
 - 3.- Ingresos previstos a corto plazo
- 4.Ejercicio resuelto. Presupuestos de capital y tesorería

UNIDAD DIDÁCTICA 3. Elaboración de los estados financieros

- 1.Aproximación a los estados financieros
- 2.Cuenta de resultados pro-forma: cuenta de pérdidas y ganancias o cuenta de explotación
- 3.Balance de situación pro-forma

- 1.- Activo
- 2.- Pasivo y Patrimonio Neto
- 4.Estado de tesorería pro-forma
- 5.Ejercicio resuelto. Cuenta de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 4. Control presupuestario

- 1.El control presupuestario: introducción
- 2.Seguimiento y control del presupuesto de explotación
 - 1.- Identificación de las causas
 - 2.- Responsabilización
 - 3.- Medidas correctoras
 - 4.- El punto muerto o umbral de rentabilidad
- 3.Seguimiento y control de las inversiones y las fuentes de financiación
- 4.Seguimiento y control del presupuesto de tesorería
- 5.Ejercicio resuelto. Desviaciones en ventas

MÓDULO 3. LOGÍSTICA Y CONTROL DE ALMACÉN

UNIDAD FORMATIVA 1. LOGÍSTICA EN LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LOGÍSTICA EMPRESARIAL

- 1.Introducción a la logística
- 2.El flujo de bienes y servicios
- 3.Servicio al cliente y logística
- 4.Logística, integración y estrategia
- 5.El sistema logístico
- 6.Internacionalización de la empresa
- 7.Optimización de la corriente de bienes y servicios
- 8.Documentación de la logística

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ALMACÉN EN LA CADENA LOGÍSTICA

- 1.El almacén en la cadena logística: Introducción
- 2.Funciones del almacén
- 3.Principales áreas del almacén
- 4.Tipos de almacenes
- 5.Regímenes de almacenamiento comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 3. APROVISIONAMIENTO COMERCIAL

- 1.Logística de aprovisionamiento
- 2.El proceso de aprovisionamiento
- 3.Métodos de aprovisionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS MERCANCÍAS

- 1.Las mercancías: características
- 2.Envasados usuales
- 3.Selección, clasificación y manipulación de las mercancías

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ENTRADA DE MERCANCÍAS

- 1.Entrada de la mercancía
- 2.Etiquetado e identificación de mercancías
- 3.Tratamiento por rotura o desperfectos de las mercancías

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ESTRUCTURA DEL ALMACÉN

- 1.Función de almacenaje
- 2.Métodos de asignación de zonas de almacenaje
- 3.Separación o clasificación de los paquetes
- 4.Almacenamiento de productos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA CARGA Y EL TRANSPORTE

- 1.Carga del elemento de transporte: Introducción
- 2.Métodos de carga en los muelles

- 3.La carga del vehículo
- 4.Precintado del vehículo

UNIDAD DIDÁCTICA 8. SOSTENIMIENTO BÁSICO DEL ALMACÉN

- 1.Sostenimiento del almacén: Introducción
- 2.Productos utilizados para la limpieza y desinfección del almacén
- 3.Limpieza y desinfección del almacén
- 4.Limpieza y desinfección de equipos y maquinaria utilizados

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL CASO MERCADONA: EL GIGANTE LOGÍSTICO

- 1.Mercadona: el gigante logístico
- 2.Proveedores
- 3.Centros logísticos
- 4.Supermercados
- 5.Clientes
- 6.Transporte
- 7.Productos

UNIDAD FORMATIVA 2. ALMACENAJE, INVENTARIOS Y GESTIÓN DE STOCK

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA FUNCIÓN DEL ALMACÉN

- 1.Conceptualización de almacén
- 2.Proceso y tipos de almacenamiento
- 3.Tipología de artículos y de cargas de trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LOGÍSTICA EMPRESARIAL

- 1.Inicios de la logística empresarial
- 2.Concepto de logística
- 3.Función logística en la empresa
- 4.Centros logísticos y su clasificación
- 5.Proceso logístico Just in time
- 6.Tipos de almacén según su función logística
- 7.Entrada, salida y control en almacén
- 8.Definición y clasificación de stocks
- 9.Principales procedimientos de almacenaje

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TIPOLOGÍA DE ALMACENES

- 1.Clasificación por tipo de mercancía almacenada
- 2.Clasificación por sistema logístico
- 3.Clasificación por régimen jurídico
- 4.Clasificación por estructura
- 5.Clasificación por grado de automatización

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ELEMENTOS FUNDAMENTALES DEL ALMACÉN

- 1.Zona de ubicación
- 2.Actividad interna
- 3.Distribución del almacén

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CÁLCULO PARA LA GESTIÓN DE COSTES DE INVENTARIO

- 1.Los costes en la gestión de inventarios
- 2.Costes de mantenimiento y almacenaje
- 3.Costes para lanzamiento
- 4.Costes de adquisición de materias primas y productos terminados
- 5.Costes de rotura de stock

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PROCESO DE REAPROVISIONAMIENTO DE PEDIDOS

- 1.Introducción al reaprovisionamiento
- 2.Principales modelos de aprovisionamiento
- 3.Tipos de demanda y nivel de servicio
- 4.Modelos para cálculo de tamaño óptimo de pedidos

5.El punto de pedido en el modelo de reaprovisionamiento continuo

6.Sistema de reaprovisionamiento periódico

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONTROL DE STOCKS

1.Introducción al control de stocks

2.Clases de medidas de stocks

3.Materiales que conforman el inventario

4.Formas de recuento de stocks

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TÉCNICAS PARA LA GESTIÓN DE INVENTARIOS

1.Introducción al reaprovisionamiento con demanda programada

2.Casos y desarrollo del reaprovisionamiento con demanda programada

3.Método DRP

4.Ejemplos de aplicación en técnicas DPR

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PROCESOS DE SIMULACIÓN DINÁMICA EN REAPROVISIONAMIENTO

1.Introducción las técnicas de simulación dinámica de sistemas

2.Metodología en dinámica de sistemas

3.Características propias en procesos reales

4.Clasificación del sistema logístico desde la perspectiva dinámica

5.Simbología de los sistemas dinámicos

6.Programas para la simulación de sistemas dinámicos

7.Ejemplo de utilización de las herramientas de simulación

MÓDULO 4. ADMINISTRACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO (SUPPLY CHAIN MANAGEMENT)

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SUPPLY CHAIN COMO ESTRATEGIA EMPRESARIAL

1.La cadena de suministro: aproximación

2.Planificación estratégica en la cadena de suministro

3.Administración de los riesgos de la cadena de suministro

4.Gestión de procesos en la cadena de suministro

5.Métricas en la cadena de suministro

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SUPPLY CHAIN PLANNING: GESTIÓN LOGÍSTICA

1.Transporte en la cadena de suministro

2.Redes de distribución: Diseño

3.Planificación y administración de inventarios

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SUPPLY CHAIN PLANNING: GESTIÓN DE OPERACIONES Y VENTAS

1.El proceso S&OP _ Planificación de ventas y operaciones: El proceso S&OP

2.Administración de productos y servicios

3.Administración de la demanda

4.Administración del Aprovisionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ADMINISTRACIÓN DE RELACIONES EN LA CADENA DE SUMINISTRO

1.Administración de las relaciones (ECR)

2.Administración de las relaciones con los clientes (Customer Relationship Management (CRM))

3.Administración de relaciones con proveedores (SRM)

4.Herramientas de colaboración

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOGÍSTICA INVERSA COMO FACTOR ESTRATÉGICO DIFERENCIAL

1.El Contexto de la Logística Inversa: Empresa responsable y sostenible

2.La Logística Inversa: Patrones Logísticos

3.Causas de la Logística Inversa: La Recuperación de Activos

4.Visión estratégica de la Logística Inversa: Viabilidad y continuidad

5.La logística inversa como parte de la Cadena de Suministro

6.La Logística inversa y la organización empresarial

7.Políticas de devolución de productos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN LA CADENA DE SUMINISTRO

- 1.Administración de la información
- 2.Sistemas de información para la cadena de suministro: Estrategias de complementariedad ERP y Best of Breed
- 3.E-commerce: eficiencia en la comunicación y visibilidad
- 4.Sistemas de información especializados en la Gestión de la Cadena de Suministro

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONTABILIDAD OPERACIONAL EN LA CADENA DE SUMINISTRO

- 1.Concepto de Método Contable
- 2.Partida doble (dualidad)
- 3.Valoración y Registro Contable
- 4.Los Estados Contables
- 5.Concepto de Gastos e Ingresos
- 6.Clasificación
- 7.Registro Contable
- 8.Registro y Valoración de los Gastos
- 9.Valoración de los ingresos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL ADMINISTRADOR EN LA CADENA DE SUMINISTRO

- 1.Evolución de la administración de la Cadena de Suministro
- 2.Liderazgo
- 3.Administración del cambio
- 4.Evaluación y administración de proyectos