INESEM

BUSINESS SCHOOL

Máster en Retail Management

+ Información Gratis

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

Máster en Retail Management

duración total: 1.500 horas ***horas teleformación:*** 450 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

En la actualidad el sector retail está expuesto a una enorme competencia y las empresas requieren de especialistas que sean capaz de mejorar sus resultados desde la gestión integral de cada uno de los elementos. Gestionar óptimamente y de forma global la logística desde las compras hasta la distribución, el marketing en tienda y online, los recursos humanos y otros muchos factores se ha convertido en algo imprescindible para las empresas.
Este Master online en Retail Management dota al alumno de todas las habilidades y herramientas de necesarias para liderar la gestión retail de sus empresas de forma multidisciplinar.
INESEM dota al alumno de un sistema de estudio flexible, con contenidos actualizados y el mejor equipo docente especializado a su disposición.

+ Información Gratis

a quién va dirigido

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

objetivos

- Dominar los principales elementos que caracterizan el punto de venta y llevar a cabo las mejores prácticas.
- Gestionar óptimamente la comunicación interna y externa, así como mejorar la satisfacción del cliente.
- Aplicar un plan de marketing de manera autónoma y teniendo en cuenta cada elemento.
- Liderar la gestión logística, desempeñando acciones a todos los niveles.
- Implementar la digitalización y la estrategia omnicanal en el retail.

para qué te prepara

Este Master online en Retail Management te prepara para adquirir habilidades y conocimientos de gestión retail a todos los niveles. Domina los ámbitos de la logística, marketing, recursos humanos, digitalización del retail y otros, de cara a incrementar la rentabilidad de las tiendas de las que eres responsable o bien los resultados de tu departamento. Monitoriza resultados, identifica riesgos y oportunidades, toma decisiones e impulsa tu retail.

salidas laborales

Gracias al Master online en Retail Management tendrás la posibilidad de convertirte en un especialista del sector retail. Encuentra trabajo como retail manager, responsable de producto, logística, expansión, compras, marketing, tienda, recursos humanos y otras áreas relacionadas. O bien emprende tu propio negocio con o sin franquicia.

+ Información Gratis

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 direccion General

MARIA MORENO HIDALGO

Sello

Firma del alumno/a

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 'Gestión empresarial: Marketing y Comercialización'
- Manual teórico 'La Logística Inversa en el Marco de la Economía Verde'
- Manual teórico 'Marketing Omnicanal'
- Manual teórico 'Gestión de Recursos Humanos'
- Manual teórico 'Habilidades Directivas y Negociación'
- Manual teórico 'Gestión Logística en la Empresa'
- Manual teórico 'Logística en el Almacén'
- Manual teórico 'Losgística de Aprovisionamiento, Inventarios y Gestión de Stock'
- Manual teórico 'Logística en la Distribución y Reparto Capilar de Mercancías'
- Manual teórico 'Gestión de Compras y Aprovisionamiento'
- Manual teórico 'Retail Sales Management Vol. 1'
- Manual teórico 'Retail Sales Management Vol. 2'

+ Información Gratis

Cuaderno
de Ejercicios
Manual
de Alumno
INESEM
FORMACIÓN
CONTINUA.EU

profesorado y servicio de tutorías

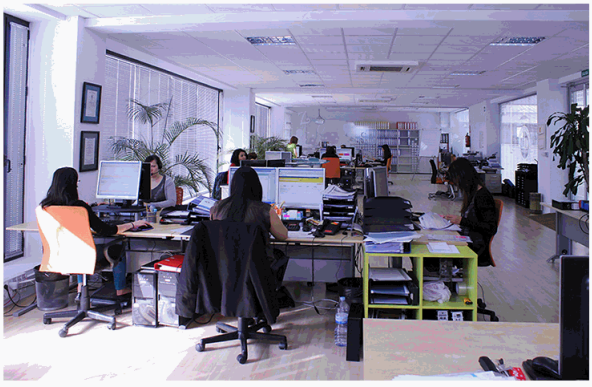
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “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



+ Información Gratis

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

+ Información Gratis

programa formativo

MÓDULO 1. RETAIL SALES MANAGEMENT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESOS DE VENTA

1.Tipos de venta
2.Fases del proceso de venta
3.Preparación de la venta
4.Aproximación al cliente
5.Análisis del producto/servicio
6.El argumentario de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DEL ENTORNO COMERCIAL

1.Estructura del entorno comercial
2.Representación comercial
3.Distribución comercial
4.Franquicias
5.Asociacionismo
6.Evolución y tendencias de la comercialización y distribución comercial
7.Fuentes de información y actualización comercial
8.Estructura y proceso comercial en la empresa
9.Posicionamiento del producto, servicio y los establecimientos comerciales
10.Normativa general sobre comercio
11.Devoluciones
12.Garantía

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DOCUMENTACIÓN PROPIA DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

1.Documentos comerciales
2.Documentos propios de la compraventa
3.Normativa y usos habituales en la elaboración de la documentación comercial
4.Elaboración de la documentación
5.Aplicaciones informáticas para la elaboración y organización de la documentación comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CÁLCULO Y APLICACIONES PROPIAS DE LA VENTA

1.Operativa básica de cálculo aplicado a la venta
2.Cálculo de PVP (precio de venta al público)
3.Estimación de costes de la actividad comercial
4.Fiscalidad
5.Cálculo de descuentos y recargos comerciales
6.Cálculo de rentabilidad y margen comercial
7.Cálculo de comisiones comerciales
8.Cálculo de cuotas y pagos aplazados: intereses
9.Aplicaciones de control y seguimiento de pedidos, facturación y cuentas de clientes
10.Herramientas e instrumentos para el cálculo aplicados a la venta

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LA VENTA PROFESIONAL

1.El vendedor profesional
2.Organización del trabajo del vendedor profesional
3.Manejo de las herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA

1.Presentación y demostración del producto/servicio
2.Demostraciones ante un gran número de clientes
3.Argumentación comercial
4.Técnicas para la refutación de objeciones
5.Técnicas de persuasión a la compra

+ Información Gratis

6.Ventas cruzadas
7.Técnicas de comunicación aplicadas a la venta
8.Técnicas de comunicación no presenciales

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PROMOCIÓN EN EL PUNTO DE VENTA

1.Comunicación comercial
2.La promoción del fabricante y del establecimiento
3.Formas de promoción dirigidas al consumidor
4.Selección de acciones
5.Animación de puntos calientes y fríos en el establecimiento comercial
6.Utilización de aplicaciones informáticas de gestión de proyectos/tareas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MERCHANDISING Y ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

1.Definición y alcance del merchandising
2.Tipos de elementos de publicidad en el punto de venta
3.Técnicas de rotulación y serigrafía
4.Mensajes promocionales
5.Aplicaciones informáticas para la autoedición de folletos y carteles publicitarios

UNIDAD DIDÁCTICA 9. CONTROL DE LAS ACCIONES PROMOCIONALES

1.Criterios de control de las acciones promocionales
2.Cálculo de índices y ratios económico-financieros
3.Análisis de resultados
4.Aplicación de medidas correctoras en el punto de venta
5.Utilización de hojas de cálculo informático para la organización y control del trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ACCIONES PROMOCIONALES ONLINE

1.Internet como canal de información y comunicación de la empresa/establecimiento
2.Herramientas de promoción online, sitios y estilos web para la promoción de espacios virtuales
3.Páginas web comerciales e informacionales
4.Elementos de la tienda y/o espacio virtual
5.Elementos de la promoción online

UNIDAD DIDÁCTICA 11. SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1.La confianza y las relaciones comerciales
2.Estrategias de fidelización
3.Externalización de las relaciones con clientes: telemarketing
4.Establecimiento de las características de cada módulo de la gestión de relaciones con el cliente (CRM)

UNIDAD DIDÁCTICA 12. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y RECLAMACIONES PROPIOS DE VENTA

1.Conflictos y reclamaciones en la venta
2.Gestión de quejas y reclamaciones
3.Resolución de reclamaciones

MÓDULO 2. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE PLANTILLAS

1.Introducción
2.Concepto de planificación de Recursos Humanos
3.Importancia de la planificación de los Recursos Humanos: ventajas y desventajas
4.Objetivos de la planificación de Recursos Humanos
5.Requisitos previos a la planificación de Recursos Humanos
6.El caso especial de las Pymes
7.Modelos de planificación de los Recursos Humanos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN DE RR EN LA ORGANIZACIÓN. GESTIÓN POR COMPETENCIAS

1.Formación en la empresa. Desarrollo del talento
2.Marketing de la formación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

1.Introducción

+ Información Gratis

2.Comunicación interna
3.Herramientas de comunicación
4.Plan de comunicación interna
5.La comunicación externa
6.Cultura empresarial o corporativa
7.Clima laboral
8.Motivación y satisfacción en el trabajo

MÓDULO 3. GESTIÓN EMPRESARIAL: MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DEL MARKETING

1.Concepto de Marketing
2.El Marketing empresarial
3.Marketing estratégico
4.Marketing operativo
5.Marketing-mix

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ENTORNO: DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL MERCADO RELEVANTE

1.El entorno de las organizaciones
2.El mercado: Concepto y delimitación
3.El mercado de bienes de uso: consumo frecuente y consumo duradero
4.El mercado industrial: el producto
5.El mercado de servicios: características y estrategias

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

1.Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
2.Segmentación eficaz: Criterios y requisitos de segmentación de mercados de consumo e industriales
3.Las estrategias de cobertura del mercado
4.Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA

1.Introducción: análisis de la demanda y segmentación
2.El análisis de la demanda. Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda
3.Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes
4.Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de la marca: matriz variable de marca
5.Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES Y DE LAS ORGANIZACIONES

1.Estudio del comportamiento de compra
2.Los condicionantes del comportamiento de compra de los consumidores: Factores internos y externos
3.Comportamiento de compra: Roles , tipos y etapas
4.El comportamiento de compra de las organizaciones: condicionantes, tipos de comportamiento y etapas en el proceso de compra industrial

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL ANUNCIANTE EN LA RED

1.Visibilidad e imagen de la empresa en la red
2.Reputación online y confianza
3.Identidad digital: determinación de unos rasgos propios
4.E-reputación ¿Cómo recuperar la reputación dañada?
5.Principales herramientas e indicadores para conocer la satisfacción de los clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL MERCADO DIGITAL: USUARIOS Y E-CONSUMER

1.Las comunicaciones electrónicas en el comercio electrónico
2.Introducción al comercio electrónico
3.Clasificar a los compradores: Prosumer y Crossumer
4.El comportamiento de los usuarios de Internet

+ Información Gratis

5.Evolución del perfil de usuario: usuarios 2.0

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LAS REDES SOCIALES COMO ELEMENTO DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

1.Marketing en Redes Sociales, el Social Media Marketing
2.Social Networking en la estrategia corporativa de la empresa
3.Tipos de redes sociales: Conectarnos
4.Redes sociales: ventajas y desventajas para el usuario
5.Beneficios de las redes sociales desde el punto de vista de la empresa y desde el punto de vista del consumidor
6.Importancia y repercusión de las redes sociales
7.Las redes sociales como intercambio constante de información
8.Redes sociales en dispositivos móviles

UNIDAD DIDÁCTICA 9. CRM EN EL MEDIO ONLINE

1.Marketing de ralaciones
2.Del CRM al e-CRM
3.Estrategia de atención al cliente
4.Optimización en la gestión del marketing relacional
5.Real time management
6.Social CRM y generación de leads

UNIDAD DIDÁCTICA 10. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA

1.Presentación y demostración del producto/servicio
2.Demostraciones ante un gran número de clientes
3.Argumentación comercial
4.Técnicas para la refutación de objeciones
5.Técnicas de persuasión a la compra
6.Ventas cruzadas
7.Técnicas de comunicación aplicadas a la venta
8.Técnicas de comunicación no presenciales

MÓDULO 4. HABILIDADES DIRECTIVAS Y NEGOCIACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA COMUNICACIÓN

1.El proceso de comunicación
2.Tipos de comunicación
3.Barreras de la comunicación
4.La comunicación efectiva
5.Aspectos importantes en la interacción con el interlocutor

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

1.Las relaciones en la empresa: humanas y laborales
2.Tratamiento y flujo de la información en la empresa
3.La comunicación interna de la empresa
4.La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones
5.La comunicación externa de la empresa
6.La relación entre organización y comunicación en la empresa: centralización o descentralización
7.Herramientas de comunicación interna y externa

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RELACIONES INTERPERSONALES

1.La comunicación interpersonal
2.Filtros y Barreras de la Comunicación
3.El conflicto interpersonal
4.Cómo expresar críticas y tipos de escucha activa
5.Concepto, finalidades y modalidades de escucha activa
6.Obstáculos que se pueden presentar
7.Técnicas para mejorar esta habilidad Social

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA NEGOCIACIÓN

1.Estrategias de negociación

+ Información Gratis

2.Tácticas de negociación
3.Cuestiones prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA FIGURA DEL SUJETO NEGOCIADOR

1.La personalidad del negociador
2.Habilidades del negociador
3.Características del sujeto negociador
4.Clases de negociadores
5.La psicología en la negociación
6.Causas del Estrés Laboral
7.Síntomas del estrés laboral
8.Consecuencias del Estrés Laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HABILIDADES DIRECTIVAS

1.Introducción a las habilidades directivas
2.Liderazgo Habilidad personal y directiva clave
3.Enfoques en la teoría del liderazgo
4.Estilos de liderazgo
5.El papel del líder

UNIDAD DIDÁCTICA 7. HABILIDADES SOCIALES EN LA GESTIÓN DE GRUPOS

1.¿Qué son las habilidades sociales?
2.Asertividad
3.Empatía
4.Escucha activa
5.Autoestima

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MOTIVACIÓN DEL ENTORNO LABORAL

1.La motivación en el entorno laboral
2.Teorías sobre la motivación laboral
3.El líder motivador
4.La satisfacción laboral

MÓDULO 5. GESTIÓN LOGÍSTICA EN LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA 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 2. CONCEPTOS FUNDAMENTALES DE LA GESTIÓN LOGÍSTICA

1.El proceso logístico
2.El proceso del flujo según el tipo de producción
3.Eficiencia logística para el trato al cliente
4.Integración logística en la organización
5.Los subsistemas del sistema logístico
6.El término cadena de demanda
7.Optimización de la operativa logística

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FASES Y OPERACIONES EN LA CADENA LOGÍSTICA

1.La cadena de suministro: fases y actividades asociadas
2.Flujos en la cadena de suministro
3.El flujo de información: en tiempo real, fiable, seguro, fácil de interpretar y manejar

+ Información Gratis

4.Flujo de materiales: seguro, eficaz y con calidad Diagrama de flujos interconexionados
5.Cadena logística: objetivos Cómo lograrlos Integración de actores y sinergias a conseguir
6.Logística y calidad
7.Gestión de la cadena logística:
8.El flujo de información

UNIDAD DIDÁCTICA 4. OPTIMIZACIÓN Y COSTOS LOGÍSTICOS

1.Características del costo logístico: variabilidad
2.Sistema tradicional y sistema ABC de costos
3.Medición del costo logístico y su impacto en la cuenta de resultados Costos totales, costos unitarios y costos porcentuales
4.Estrategia y costos logísticos
5.Medidas para optimizar el costo logístico en las diversas áreas: stock, almacenaje, picking, transporte
6.Cuadro de control de costos Pirámide de información del costo logístico
7.Ejemplo práctico de cálculo del costo logístico

UNIDAD DIDÁCTICA 5. REDES DE DISTRIBUCIÓN

1.Diferentes modelos de redes de distribución:
2.Cálculo del costo logístico de distribución en los diferentes modelos:

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE IMPREVISTOS E INCIDENCIAS EN LA CADENA LOGÍSTICA

1.Incidencias, imprevistos y errores humanos en el proceso de distribución
2.Puntos críticos del proceso Importancia cualitativa y monetaria de las mismas
3.Análisis de determinados procesos críticos
4.Seguimiento y localización física de la mercancía en el proceso de distribución
5.Sistemas informáticos y tecnología aplicada: GPS, satélite, radiofrecuencia
6.Acceso del cliente a la información
7.Determinación de responsabilidades en una incidencia
8.En diversos supuestos prácticos, cómo actuar en una incidencia
9.Incidencias y su tratamiento informático

UNIDAD DIDÁCTICA 7. APLICACIONES INFORMÁTICAS DE INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN Y CADENA DE SUMINISTRO

1.Tecnología y sistemas de información en logística
2.La pirámide de información
3.Ventajas y posibles inconvenientes: costo y complejidad del sistema
4.La comunicación formal e informal
5.Sistemas de utilización tradicional y de vanguardia
6.Información habitual en el almacén:
7.Terminología y simbología utilizadas en la gestión del almacén

MÓDULO 6. LA LOGÍSTICA EN EL ALMACÉN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL ALMACÉN

1.El almacén como elemento clave en el sistema logístico
2.Operaciones de almacén
3.Áreas fundamentales en el almacén
4.Clases de almacén según criterios
5.Almacenes con especial tratamiento fiscal

UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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 3. ELEMENTOS FUNDAMENTALES DEL ALMACÉN

1.Zona de ubicación

+ Información Gratis

2.Actividad interna
3.Distribución del almacén

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA MERCANCÍA EN OPERACIONES LOGÍSTICAS
1.Conceptualización de los embalajes
2.Tipos de envasados
3.Gestión de envasados para evitar el deterioro

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROCESO DE RECEPCIÓN
1.Fases de la recepción de la mercancía
2.Clasificación y etiquetado de mercancías
3.Manipulación de las mercancías

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ORGANIZACIÓN DEL ALMACÉN
1.Funcionamiento del almacén
2.Asignación de áreas en el almacén
3.Clasificación de paquetería en el almacén
4.Almacenaje según clasificación de productos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ENVÍO DE MERCANCÍAS
1.El despacho de mercancías
2.Fases en la preparación de mercancías
3.La zona del muelle de carga

UNIDAD DIDÁCTICA 8. CARGA DE MERCANCÍAS EN VEHÍCULOS
1.El proceso de carga
2.Medios de carga de mercancía
3.Gestión en la carga del vehículo
4.Precintado de puertas del vehículo

UNIDAD DIDÁCTICA 9. TAREAS DE MANTENIMIENTO DEL ALMACÉN
1.Mantenimiento en almacén
2.Tipos de productos para desinfección y limpieza
3.Acciones de limpieza y desinfección del almacén
4.Limpieza y desinfección de maquinaria y equipos

MÓDULO 7. LOGÍSTICA DE APROVISIONAMIENTO, INVENTARIOS Y GESTIÓN DE STOCK

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA EMPRESA Y EL DEPARTAMENTO DE COMPRAS O APROVISIONAMIENTO
1.Concepto y objetivos de la empresa
2.Elementos de la empresa
3.Funciones de la empresa
4.Clasificación de la empresa
5.Principios de organización empresarial
6.Organización interna de las empresas Departamentos
7.Departamento comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PROCESO DE APROVISIONAMIENTO
1.Estrategia de logística de aprovisionamiento
2.Gestión y transporte de aprovisionamiento
3.Aprovisionamiento just in time y aprovisionamiento milk run

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN 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 4. CÁLCULO PARA LA GESTIÓN DE COSTES DE INVENTARIO
1.Los costes en la gestión de inventarios

+ Información Gratis

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 5. CONTROL DE EXISTENCIAS

1.Las existencias
2.La ficha de almacén
3.Métodos de valoración de existencias
4.El inventario
5.Indicadores de gestión
6.Sistemas de reposición

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. 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 8. 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 8. GESTIÓN DE COMPRAS Y APROVISIONAMIENTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL APROVISIONAMIENTO. CONCEPTO Y ESTRATEGIAS

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PROCESO DE LAS COMPRAS EN RELACIÓN A LOS PROVEEDORES

1.Tipos de compras
2.Solicitud de información de los proveedores
3.Condiciones a negociar
4.Cláusulas INCOTERMS
5.El envase y el embalaje

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRESUPUESTOS DE COMPRAS

1.Valoración del presupuesto de compras
2.Constante de proporcionalidad K

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COSTES DEL PROCESO DE COMPRA

1.Tipos de costes
2.Criterios de distribución de costes
3.Cuenta de resultados de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DOCUMENTOS EN EL PROCESO DE COMPRAS

1.La carta comercial

+ Información Gratis

2.El pedido
3.La recepción de mercancías y el albarán
4.El recibo
5.Facturas
6.Libros de registro de facturas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONFIGURACIÓN FACTURAPLUS FLEX

1.Navegabilidad
2.Menú
3.Copias de seguridad
4.Organización de ficheros
5.Asistente de configuración
6.Perfiles de usuarios
7.Personalización
8.Documentos
9.Configuración de campos libres
10.Plantilla SEPA
11.Modelos de códigos de barras
12.Configuración TPV
13.Tipos de terminales
14.Captura de facturas simplificadas
15.Configuración de correo
16.Ofimática

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EMPRESA

1.Fecha de trabajo
2.Empresas
3.Cajas
4.Salir

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TABLAS MAESTRAS

1.Clientes
2.Agentes
3.Proveedores
4.Transportistas
5.Almacenes
6.Artículos

UNIDAD DIDÁCTICA 9. TABLAS GENERALES

1.Divisas
2.Bancos
3.Tipos de IVA
4.Provincias
5.Zonas
6.Países

UNIDAD DIDÁCTICA 10. TABLAS AUXILIARES

1.Formas de pago
2.Propiedades de artículos
3.Familias
4.Categorías
5.Marcas
6.Grupos de clientes
7.Departamentos
8.Tipos de llamadas
9.Cuenta remesas

+ Información Gratis

10.Grupos de venta
11.Grupos de compra
12.Rappels
13.Promociones
14.Centros administrativos AAPP

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ALMACÉN

1.Movimientos de almacén
2.Regularización de almacenes
3.Sistema simplificado de entradas de almacén
4.Histórico de movimientos
5.Trazabilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 12. COMPRAS

1.Compras
2.Pedidos a proveedores
3.Albaranes de proveedores
4.Facturas de proveedores
5.Facturas rectificativas de proveedores
6.Recibos de proveedores
7.Pagos y devoluciones

MÓDULO 9. LOGÍSTICA EN LA DISTRIBUCIÓN Y REPARTO CAPILAR DE MERCANCÍAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. REPARTO Y CAPILARIDAD EN LA ACTIVIDAD DEL TRANSPORTE POR CARRETERA

1.Definición y características específicas de la distribución capilar de mercancías
2.Sistemas de organización, gestión y control en la distribución capilar de mercancías
3.La empresa/departamento de distribución capilar de mercancías
4.Funciones, características y organización
5.Normativa administrativa autonómica y local aplicable al reparto de mercancías

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN OPERATIVA DE LA DISTRIBUCIÓN CAPILAR

1.Conceptos básicos de coste, gasto, pago, inversión y fondo de explotación
2.Análisis de costos en el reparto de mercancías
3.Aplicaciones informáticas para el cálculo de costes
4.Determinación de tarifas o precios en el transporte

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CLASIFICACIÓN DE LOS VEHÍCULOS PARA EL REPARTO DE MERCANCÍAS

1.Tipos de vehículos y características técnicas
2.Normativa sobre masas y dimensiones
3.Homologación y matriculación de vehículos
4.Documentación relativa al conductor, vehículo y mercancía
5.Distintivos, equipamiento y mantenimiento de vehículos
6.Normativa reguladora sobre circulación y seguridad vial aplicable
7.Medios de carga y descarga

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PLANIFICACIÓN DE CARGAS Y PROGRAMACIÓN DE RUTAS DE REPARTO

1.Definición y características de la planificación de cargas en el reparto
2.Programación de rutas de transporte
3.Aplicaciones informáticas para la planificación de cargas
4.Seguridad y salud laboral en la organización y la distribución capilar de mercancías

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA CONTRATACIÓN DEL TRANSPORTE CAPILAR DE MERCANCÍAS

1.Normativa mercantil aplicable al contrato de transporte
2.El contrato de transporte de mercancías: Definición, caracteres, regulación, elementos personales, reales y forma
3.Contenido del contrato de transportes de mercancías: Obligaciones de las partes
4.Responsabilidades El límite de responsabilidad del transportista

+ Información Gratis

5.Las reclamaciones Las Juntas Arbitrales de Transporte
6.La contratación a través de operadores de transporte
7.El contrato de seguro y el seguro de transporte terrestre: Tipos, coberturas e indemnizaciones
8.Inspección y régimen sancionador en el transporte capilar de mercancías

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CALIDAD DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE

1.Pautas de calidad de servicio y atención y satisfacción al cliente
2.Tratamiento de las quejas y reclamaciones
3.Factores que pueden originar distintos tipos de incidencias
4.Soluciones externas e internas de la empresa
5.Procedimiento de reclamación de siniestros
6.Responsabilidad e indemnizaciones cubiertas por la póliza de seguro
7.Medio ambiente en la organización y la distribución capilar de mercancías Tratamiento y gestión de residuos

MÓDULO 10. LA LOGÍSTICA INVERSA EN EL MARCO DE LA ECONOMÍA VERDE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PROBLEMA DE LOS RESIDUOS EN LA SOCIEDAD ACTUAL

1.La Generación de Residuos
2.Conceptos Generales sobre los Residuos
3.Indicadores y tendencias actuales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. RESIDUOS INDUSTRIALES

1.Identificación y clasificación
2.Presente y futuro de los residuos
3.Requisitos de los productos ecológicos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA ECONOMÍA VERDE

1.Concepto de Economía Verde
2.Principios de Transición hacia una Economía Verde
3.Sectores Clave en la Economía Verde
4.La Economía Circular: un Nuevo Modelo Económico

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA LOGÍSTICA INVERSA

1.El Contexto de la Logística Inversa: Empresa Responsable y Sostenible
2.Concepto de Logística Inversa
3.Evolución de la Logística Inversa
4.Actualidad y Futuro de la Logística Inversa en el Marco de la UE
5.Razones para la Logística Inversa

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LAS OPCIONES DE LA LOGÍSTICA INVERSA

1.La Gestión de los Productos Recuperados
2.Modelos para la Recuperación de PFUs
3.La Recuperación del Valor de los Activos
4.Puntos Críticos en la Logística Inversa
5.Visión Dinámica de la Logística Inversa
6.La Logística Inversa como parte de la Cadena de Suministro
7.La Logística Inversa y la Organización Empresarial
8.Gestión de la Devolución de Productos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DE LOS AGENTES IMPLICADOS EN LA LOGÍSTICA INVERSA

1.Los Agentes de la Logística Inversa
2.Financiación de los Sistemas de Logística Inversa
3.El Papel de los Distintos Agentes Participantes
4.El Modelo Teórico ELDA
5.Los Operadores Logísticos
6.Las Empresas Especializadas

+ Información Gratis

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL SISTEMA DE GESTIÓN TRIPLE R

1.Generalidades
2.Acciones preventivas
3.Reutilización
4.Reciclaje
5.La recogida selectiva

MÓDULO 11. MARKETING OMNICANAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO

1.Plataformas de comercio electrónico
2.Tecnología en ecommerce: Plataformas, diseños y módulos
3.Modelos de negocio en comercio electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANALÍTICA Y CAPTACIÓN EN E-COMMERCE

1.Analítica web para comercio electrónico
2.SEO y SEM para comercio electrónico
3.Social Media y Social Commerce

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE TIENDA Y ESCAPARATE ONLINE

1.El pricing y el margen en comercio electrónico
2.Página web y catálogo de una tienda online.
3.Ficha de producto y claves de venta

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA TIENDA FÍSICA EN LA ESTRATEGIA OMNICHANNEL

1.Digitalización y monitorización del establecimiento físico
2.Herramientas clave
3.Métricas que podemos extraer

UNIDAD DIDÁCTICA 5. APROVISIONAMIENTO Y GESTIÓN DE ENVÍOS.

1.Aprovisionamiento en el comercio electrónico y proveedores
2.La logística y la gestión del stock en el almacén
3.Gestión de los envíos, métodos delivery y el servicio postventa
4.Algunos sistemas de gestión de stock para e-Commerce

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE UN MODELO DE NEGOCIO OMNICHANNEL

1.Plan de negocio y viabilidad
2.Financiación requerida y vías.
3.Internacionalización y expansión en comercio electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 7. AUTOMATIZACIÓN, CRM Y FIDELIZACIÓN

1.Sistemas integrados de información
2.Estrategias CRM 360º: Redes Sociales, Email, SMS, Notificaciones, ...
3.Big data e IoT (Internet de las cosas)
4.Algunos casos de éxito y sus claves

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MEDIOS DE PAGO DIGITALES

1.Introducción a los medios de pago
2.Datos
3.Agentes
4.Sistemas de pago

MÓDULO 12. PROYECTO FIN DE MÁSTER

+ Información Gratis

+ Información Gratis