

Máster en Dirección y Gestión Empresarial de Moda + Titulación universitaria



ÍNDICE

1 | Somos Educa
Business School

2 | Rankings

3 | Alianzas y
acreditaciones

4 | By EDUCA
EDTECH
Group

5 | Metodología
LXP

6 | Razones por las
que elegir Educa
Business School

7 | Programa
Formativo

8 | Temario

9 | Contacto

SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

EDUCA Business School es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificar con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de

18

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Hasta un

98%

tasa
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

Educa Business School se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



ALIANZAS Y ACREDITACIONES



FONDO
SOCIAL
EUROPEO



BY EDUCA EDTECH

Educa Business School es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas instituciones educativas de formación online. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



ONLINE EDUCATION



METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EDUCA BUSINESS SCHOOL

1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con una amplia experiencia profesional.



5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



Máster en Dirección y Gestión Empresarial de Moda + Titulación universitaria



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
10 ECTS

Titulación

Titulación Múltiple: - Titulación de Máster en Dirección y Gestión Empresarial de Moda con 1500 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional - Titulación Universitaria en Dirección de Empresas de Moda con 5 Créditos Universitarios ECTS - Titulación Universitaria en Marketing de la Moda: Experto en Marketing Retail con 5 Créditos Universitarios ECTS



EDUCA BUSINESS SCHOOL

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre del curso

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Educa Business School.

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX/XXXX/XXXX/XXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXX.

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

Firma del Alumno/a
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica
NOMBRE DE AREA MANAGER



Con el aval de la Comisión, Categoría Especial del Consejo Económico y Social de la UNED (Plan Propio de Grado)

Descripción

El Máster en Dirección y Gestión Empresarial de Moda te ofrece la oportunidad de sumergirte en un sector en constante evolución, donde la creatividad se encuentra con la estrategia empresarial. La moda no solo es un arte, sino un negocio competitivo que requiere líderes capacitados en dirección estratégica, gestión de recursos humanos y marketing especializado. Este máster online te permitirá adquirir las habilidades necesarias para elaborar complejos planes de empresa, gestionar eficazmente los recursos financieros y humanos, y dominar el marketing en el sector de la moda. En un entorno donde la demanda laboral sigue en ascenso, contar con formación en áreas como el retail marketing y la gestión de calidad puede ser tu ventaja competitiva. Es tu oportunidad para destacar en un mercado dinámico y globalizado, preparándote para liderar con éxito desde cualquier lugar del mundo.

Objetivos

- Desarrollar un plan estratégico para dirigir una empresa de moda con liderazgo eficaz.
- Elaborar estudios de mercado para identificar oportunidades en el sector de la moda.
- Diseñar un plan de empresa que optimice marketing, producción y gestión comercial.
- Implementar una gestión efectiva de recursos humanos basada en competencias.
- Aplicar conocimientos contables para optimizar la gestión económico financiera.
- Integrar estrategias de retail marketing para mejorar la experiencia de compra.
- Diseñar un sistema de gestión de calidad conforme a la norma ISO 9001:2015.

Para qué te prepara

El Máster en Dirección y Gestión Empresarial de Moda está dirigido a profesionales y titulados del sector moda que buscan profundizar en la dirección estratégica, gestión de recursos humanos y finanzas, marketing de moda, así como en la calidad y administración fiscal. Ideal para quienes desean liderar empresas de moda, con un enfoque en innovación y tendencias del mercado.

A quién va dirigido

El Máster en Dirección y Gestión Empresarial de Moda te capacita para liderar con eficacia empresas del sector, mediante el desarrollo de habilidades en planificación estratégica, gestión de recursos humanos y optimización de la producción y el marketing. Aprenderás a elaborar estudios de mercado, gestionar contratos laborales y manejar la contabilidad y fiscalidad de la moda, asegurando la calidad y prevención de riesgos laborales. Estarás preparado para implementar estrategias innovadoras en retail y comercio electrónico, potenciando la experiencia de compra y fidelización del cliente.

Salidas laborales

- Director de marketing de moda - Gestor de recursos humanos en empresas de moda - Consultor estratégico en moda - Especialista en retail marketing - Coordinador de proyectos de moda - Responsable de comunicación en moda - Gerente de operaciones en la industria textil - Analista de tendencias y estilismo - Asesor en gestión de calidad en moda - Emprendedor en el sector moda

TEMARIO

PARTE 1. LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA DE MODA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EMPRESA, ORGANIZACIÓN Y LIDERAZGO

1. Las PYMES como organizaciones
2. Liderazgo
3. Un nuevo talante en la Dirección

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PLAN DE EMPRESA I. LA ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO

1. Introducción
2. Utilidad del Plan de Empresa
3. La introducción del Plan de Empresa
4. Descripción del negocio. Productos o servicios
5. Estudio de mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PLAN DE EMPRESA II. PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL EN LA ÁREAS DE GESTIÓN COMERCIAL, MARKETING Y PRODUCCIÓN

1. Plan de Marketing
2. Plan de Producción

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PLAN DE EMPRESA III. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURA, RR.HH RECURSOS FINANCIEROS

1. Infraestructura
2. Recursos Humanos
3. Plan Financiero
4. Valoración del Riesgo. Valoración del proyecto
5. Estructura legal. Forma jurídica

PARTE 2. GESTIÓN LABORAL Y RECURSOS HUMANOS DE LA EMPRESA DE MODA

MÓDULO 1. 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
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 2. GESTIÓN LABORAL

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTRATOS I. LA RELACIÓN LABORAL

1. El contrato de trabajo: capacidad, forma, período de prueba, duración y sujetos
2. Tiempo de trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTRATOS II. MODALIDADES DE CONTRATACIÓN

1. Tipologías y modalidades de contrato de trabajo
2. Contratos de trabajo de duración indefinida
3. Contratos de trabajo temporales
4. Contrato formativo para la obtención de la práctica profesional
5. Contrato de formación en alternancia

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL. RÉGIMEN GENERAL

1. Introducción. El Sistema de Seguridad Social
2. Regímenes de la Seguridad Social
3. Régimen General de la Seguridad Social. Altas y Bajas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE NÓMINAS Y COTIZACIONES A LA SEGURIDAD SOCIAL

1. El Salario: elementos, abono, SMI, pagas extraordinarias, recibo y garantía
2. Cotización a la Seguridad Social
3. Retención por IRPF
4. Relación de ejercicios resueltos: Bases y tipos de contingencias

PARTE 3. GESTIÓN CONTABLE Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES DE LA EMPRESA DE MODA

MÓDULO 1. GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD

1. Introducción a la contabilidad
2. La dualidad de la contabilidad

3. Valoración contable
4. Anotación contable
5. Los estados contables
6. El patrimonio de la empresa
7. Normativa: Plan General Contable

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL EJERCICIO CONTABLE

1. Planteamiento caso práctico
2. Balance de situación inicial
3. Registro de las operaciones del ejercicio
4. Ajustes previos a la determinación del beneficio generado en el ejercicio
5. Balance de sumas y saldos
6. Cálculo del resultado: beneficio o pérdida
7. Asiento de cierre de la contabilidad
8. Cuentas anuales
9. Distribución del resultado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARCO CONCEPTUAL Y PRINCIPIOS

1. Principios de la contabilidad
2. Valoración de la contabilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTABILIZACIÓN DE GASTOS E INGRESOS

1. Diferenciación de pagos y cobros
2. Diferenciación de gastos e ingresos
3. Cuentas del grupo 6 y 7
4. Cálculo del resultado contable
5. Contabilización de los gastos
6. Contabilización de los ingresos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTABILIZACIÓN DEL INMOVILIZADO

1. Definición del inmovilizado
2. Integrantes del inmovilizado material
3. Integrantes del inmovilizado intangible
4. Contabilización del inmovilizado
5. Amortización y deterioro

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONTABILIZACIÓN DE OPERACIONES DE TRÁFICO

1. Definición de operaciones de tráfico y clasificación
2. Contabilizar operaciones con clientes y deudores
3. Contabilizar operaciones con proveedores y acreedores
4. Débitos por operaciones no comerciales

MÓDULO 2. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONCEPTOS BÁSICOS DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

1. Introducción
2. El trabajo
3. La salud
4. Efectos en la productividad de las condiciones de trabajo y salud
5. La calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LOS RIESGOS PROFESIONALES ASOCIADOS A CLÍNICAS, CENTROS MÉDICOS Y HOSPITALES

1. Introducción
2. Riesgos ligados a las condiciones de seguridad
3. Riesgos higiénicos
4. Riesgos ergonómicos
5. Absentismo, rotación y riesgos psicosociales asociados al sector
6. El acoso psicológico en el trabajo
7. El estrés laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARCO NORMATIVO BÁSICO EN MATERIA DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES. DERECHOS Y DEBERES

1. Normativa
2. Normativa de carácter internacional. Convenios de la Organización Internacional del Trabajo (O.I.T.)
3. Normativa Unión Europea
4. Normativa Nacional
5. Normativa Específica
6. Derechos, obligaciones y sanciones en Prevención de Riesgos Laborales
7. Empresarios (Obligaciones del empresario)
8. Responsabilidades y Sanciones
9. Derechos y obligaciones del trabajador
10. Delegados de Prevención
11. Comité de Seguridad y Salud

PARTE 4. ADMINISTRACIÓN FISCAL DE LA EMPRESA DE MODA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL DERECHO TRIBUTARIO

1. El Tributo
2. Hecho imponible
3. Sujeto pasivo
4. Determinación de la deuda tributaria
5. Contenido de la deuda tributaria
6. Extinción de la deuda tributaria

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS I

1. Introducción
2. Elementos del impuesto
3. Rendimientos del trabajo

4. Rendimientos de actividades económicas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS II

1. Rendimientos de capital inmobiliario
2. Rendimientos de capital mobiliario
3. Ganancias y pérdidas patrimoniales
4. Regímenes especiales: imputación y atribución de rentas
5. Liquidación del impuesto
6. Gestión del Impuesto

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO

1. Naturaleza del impuesto
2. Hecho imponible
3. Operaciones no sujetas y operaciones exentas
4. Lugar de realización del hecho imponible
5. Devengo del impuesto
6. Sujetos pasivos
7. Repercusión del impuesto (Art. 88 LIVA)
8. Base imponible
9. Tipos de Gravamen
10. Deducción del impuesto
11. Gestión del Impuesto
12. Regímenes especiales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES

1. Naturaleza y ámbito de aplicación
2. Hecho imponible
3. Sujeto Pasivo
4. Base imponible
5. Periodo impositivo y devengo del impuesto
6. Tipo impositivo
7. Bonificaciones y Deducciones
8. Regímenes especiales. Empresas de reducida dimensión
9. Régimen especial de las fusiones y escisiones
10. Régimen fiscal de determinados contratos de arrendamiento financiero
11. Otros regímenes especiales
12. Gestión del impuesto

PARTE 5. DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE MODA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESO DIRECTIVO

1. El proceso directivo.
2. Fases del proceso directivo.
 1. - Planificación.
 2. - Organización.

3. - Dirección.
4. - Control.
3. Liderazgo.
4. Motivación.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LAS FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN

1. Introducción.
2. El contenido de los procesos de dirección.
3. La dimensión estratégica de la dirección.
 1. - Sistema de dirección estratégica: conceptos clave.
4. Dimensión ejecutiva de la dirección.
5. El desarrollo de la autoridad.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COACHING COMO AYUDA AL LIDERAZGO DE EMPRESA

1. El coaching como ayuda a la formación del liderazgo.
2. El coaching como estilo de liderazgo.
 1. - Directivo-coach.
 2. - Dirección de equipos y liderazgo.
3. El coach como líder y formador de líderes.
4. Cualidades del líder que ejerce como coach.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PLAN DE EMPRESA I. LA ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO

1. Introducción.
2. Utilidad del Plan de Empresa.
 1. - Objetivos del Plan de Empresa.
 2. - Características del Plan de Empresa.
 3. - Elaboración del Plan de Empresa.
 4. - Contenidos del Plan de Empresa.
3. La Introducción del Plan de Empresa.
4. Descripción del negocio. Productos o servicios.
5. Estudio de mercado.
 1. - Análisis interno.
 2. - Análisis externo.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL PLAN DE EMPRESA II. PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL EN LAS ÁREAS DE GESTIÓN COMERCIAL, MARKETING Y PRODUCCIÓN

1. Plan de Marketing.
 1. - Presentación del Plan de Marketing.
 2. - Contenidos del Plan de Marketing.
 3. - Etapas del Plan de Marketing.
2. Plan de Producción.
 1. - Pasos a seguir en el proceso de producción.
 2. - Decisiones sobre la localización del negocio.
 3. - Descripción del diseño del proceso de producción.
 4. - Descripción del diseño de prestación del servicio.

5. - Decisiones sobre distribución de espacio.
6. - Esquema de producción/prestación del bien/servicio.
7. - Decisiones sobre el equipo específico.
8. - Alternativas del proceso de producción.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL PLAN DE EMPRESA III. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURA, RR.HH. Y RECURSOS FINANCIEROS

1. Infraestructuras.
 1. - Locales, edificios y terrenos.
 2. - Maquinaria, mobiliario y herramientas.
 3. - Transportes.
2. Recursos Humanos.
 1. - Sistemas de selección de personal.
 2. - El coste de los recursos humanos.
3. Plan Financiero.
 1. - Plan de Inversiones.
 2. - Plan de Financiación.
 3. - Balance de situación inicial.
 4. - Cuenta de resultados provisional.
 5. - Cuenta de tesorería.
4. Valoración del riesgo. Valoración del proyecto.
5. Estructura legal. Forma jurídica.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. HISTORIA DE LA MODA

1. Teoría de la moda.
2. El diseñador y las tendencias.
3. La moda internacional.
4. La moda española.
5. Revistas y prensa especializada.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ESTILISMO Y TENDENCIAS EN LA MODA

1. Introducción a las tendencias.
2. Música: artistas que marcan estilo.
3. Arte: principales inspiraciones y ejemplos.
4. El fenómeno blogger.
5. El cine como generador de estilo.
6. Webs de referencia.
7. Cómo analizar los desfiles.
8. Cómo buscar en las redes sociales.
9. Libros de tendencias.
10. Siluetas destacadas.
11. Calendario de la moda.
12. Conocimiento de los ciclos en la moda.
13. Fotografía.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARKETING EN LA MODA

1. El mercado de la moda y su entorno.
2. La segmentación, el posicionamiento e investigación de mercados en la moda.
3. El consumidor del producto moda.
4. El producto de moda y marca.
5. Los precios.
6. Comunicación y promoción en la moda.
7. La distribución.
8. Marketing estratégico en la moda. La planificación estratégica.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. OPERACIONES EN LA INDUSTRIA DE LA MODA

1. Planificación de colecciones.
2. Retail.
 1. - El Concepto de Retail.
 2. - Tipos de retailers.
3. Modelos de negocio. La tienda Online.
 1. - Algunos Modelos de Negocio.
 2. - E-commerce.
 3. - Consejos para crear una tienda de moda online eficaz.
4. Compras y negociación con proveedores.
 1. - Criterios de selección de proveedores.
 2. - Tipos de negociación.
 3. - Etapas del proceso de negociación.
5. Liquidación de stocks.
 1. - Gestión de Stocks.
 2. - Excesos de stocks.

PARTE 6. MARKETING DE LA MODA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL RETAIL MARKETING

1. Concepto de retail marketing
2. El sector en el retail marketing
3. Mercado del retail marketing
4. Tipos de consumidores

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRATEGIAS EN EL SECTOR RETAIL

1. Estrategias de segmentación y posicionamiento
2. Estrategias competitivas
3. Estrategia de precio
4. Estrategia de producto y surtido
5. Branding y gestión de marca

UNIDAD DIDÁCTICA 3. STAFFING

1. Determinación de la fuerza de ventas
2. Liderazgo del equipo de ventas
3. Formación y habilidades del equipo de ventas

4. Motivación de la fuerza de ventas
5. Resolución de conflictos. Deficiencia en el servicio al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EXPERIENCIA DE COMPRA, SHOPPING EXPERIENCE

1. Determinación de la fuerza de ventas
2. Liderazgo del equipo de ventas
3. Formación y habilidades del equipo de ventas
4. Motivación de la fuerza de ventas
5. Resolución de conflictos. Deficiencia en el servicio al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 5. RETAIL INTELLIGENCE

1. Segmentación y posicionamiento
2. Retail intelligence in store
3. Retail inteligencia out store
4. Big data
5. Geolocalización en retail

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CRM EN RETAIL

1. El papel del crm en la empresa
2. La estrategia CRM
3. Beneficios de una estrategia de CRM en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMERCIO ELECTRÓNICO Y MARKETPLACES

1. Marketing electrónico vs. Comercio Electrónico
2. Modelos de negocio online
3. Atención al cliente en el intercambio de productos vía internet
4. Beneficios de Internet y del Comercio Electrónico
5. Marketplaces

UNIDAD DIDÁCTICA 8. COMUNICACIÓN COMERCIAL

1. Internet como canal de comunicación
2. Herramientas en Comunicación
3. Venta en Internet
4. Proceso de planificación publicitaria
5. Campañas online

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARKETING EN EL PUNTO DE VENTA

1. Comunicación en el punto de venta
2. Publicidad y promoción en el punto de venta
3. Implementación del shopper marketing
4. Estrategias en el punto de venta
5. Plan de marketing en el punto de venta

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ESTRATEGIAS DE CANALES

1. Estrategias de canales: multicanalidad, omnicanalidad y conflicto
2. Modelos de negocio fabricante - canal
3. Control del canal
4. Control del cliente
5. Cadena de comercialización
6. E-commerce

PARTE 7. GESTIÓN DE LA CALIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FUNDAMENTOS DEL CONCEPTO DE CALIDAD

1. Introducción al concepto de calidad
2. Definiciones de calidad
3. Evolución del concepto de calidad
4. El papel de la calidad en las organizaciones
5. Costes de calidad
6. Beneficios de un sistema de gestión de calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN DE LA CALIDAD: CONCEPTOS RELACIONADOS

1. Los tres niveles de la Calidad
2. Conceptos relacionados con la Gestión de la Calidad
3. Gestión por procesos
4. Diseño y planificación de la Calidad
5. El Benchmarking y la Gestión de la calidad
6. La reingeniería de procesos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRINCIPIOS CLAVE DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

1. Introducción a los principios básicos del Sistema de Gestión de la Calidad
2. Enfoque al cliente
3. Liderazgo
4. Compromiso de las personas
5. Enfoque a procesos
6. Mejora
7. Toma de decisiones basada en la evidencia
8. Gestión de las relaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 4. HERRAMIENTAS BÁSICAS DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

1. Ciclo PDCA (Plan/Do/Check/Act)
2. Tormenta de ideas
3. Diagrama Causa-Efecto
4. Diagrama de Pareto
5. Histograma de frecuencias
6. Modelos ISAMA para la mejora de procesos
7. Equipos de mejora
8. Círculos de Control de Calidad
9. El orden y la limpieza: las 5s

10. Seis SIGMA

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD. ISO 9001:2015

1. Las normas ISO 9000 y 9001
2. Introducción al contenido de la UNE-EN ISO 9001:2015
3. La norma ISO 9001:2015. Requisitos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. IMPLANTACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

1. Documentación de un SGC
2. Hitos en la implantación de un SGC
3. Etapas en el desarrollo, implantación y certificación de un SGC
4. Metodología y puntos críticos de la implantación
5. El análisis DAFO
6. El proceso de acreditación
7. Pasos para integrar a los colaboradores del Sistema de Gestión de la Calidad en la empresa
8. Factores clave para llevar a cabo una buena gestión de la calidad

