

**Máster en Actividades de Gestión y Administración del Pequeño Comercio +
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 Actividades de Gestión y Administración del Pequeño Comercio + Titulación Universitaria



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
5 ECTS

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Master en Actividades de Gestión y Administración del Pequeño Comercio 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 Administración y Dirección de Empresas con 5 Créditos Universitarios ECTS. Formación Continua baremable en bolsas de trabajo y concursos oposición de la Administración Pública.



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/XXXXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXX.

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 Votado Colegiado, Categoría Especial del Consejo Económico y Social de la UNED (Plan Propio de Grado)

Descripción

Con la realización de este Master en Actividades de Gestión y Administración del Pequeño Comercio, el alumno obtendrá amplios conocimientos sobre la gestión económica básica de un pequeño comercio. En él se trabajarán temas centrados en la gestión fiscal, contable y laboral del pequeño comercio, destacando conceptos tales como el IRPF, el IVA, las nóminas... También se profundiza en la gestión de la tesorería, con los conceptos de flujos de entrada y salida, pagos y cobros. Y por último, el alumno podrá conocer la gestión destinada a los medios de pago y cobro en el pequeño comercio (documentos comerciales, cambiarios, medios telemáticos de pago, etc.).

Objetivos

Los objetivos que se pretenden alcanzar en este Master Pequeño Comercio son los siguientes: - Realizar los trámites y cumplimentar la documentación de las obligaciones –mercantiles, fiscales y laborales- el comerciante de tienda, conforme a la normativa vigente. - Seleccionar los instrumentos y medios de cobro y pago en las operaciones de pequeños comercios, emitiendo y cumplimentando los documentos correspondientes, en función de la normativa mercantil. - Analizar las variables específicas del entorno comercial identificando y delimitando las características propias de un pequeño comercio –local, surtido de productos, precio, perfil de la clientela-. - Elaborar planes de inversión básicos, a partir de la identificación de necesidades de elementos patrimoniales fijos, su forma de adquisición e identificando recursos financieros necesarios en la implantación de distintos tipos de pequeños comercios - Determinar y aplicar las estrategias básicas de atención y de calidad en el servicio, propias de pequeños comercios, conforme a la normativa aplicable, códigos de buenas prácticas y respeto medioambiental. - Determinar los recursos y elementos de animación y decorativos habituales en pequeños comercios aplicando criterios de comportamiento del consumidor en el punto de venta. - Aplicar técnicas de distribución interna de la superficie de venta en base a criterios

comerciales, incluyendo la seguridad y accesibilidad, optimizando la superficie disponible y cumpliendo la normativa comercial y de seguridad en establecimientos comerciales. - Aplicar las técnicas adecuadas a la venta de productos y servicios a través de los diferentes canales de comercialización distintos de Internet. - Aplicar las técnicas de resolución de conflictos y reclamaciones siguiendo criterios y procedimientos establecidos. - Aplicar procedimientos de seguimiento de clientes y de control del servicio postventa.

Para qué te prepara

Este Master en Actividades de Gestión y Administración del Pequeño Comercio esta dirigido a los profesionales del mundo del Comercio y Marketing, concretamente en actividades de gestión del pequeño comercio, dentro del área profesional de la compraventa, y a todas aquellas personas interesadas en adquirir conocimientos relacionados con la gestión económica básica del pequeño comercio.

A quién va dirigido

Este Master en Actividades de Gestión y Administración del Pequeño Comercio le prepara para adquirir unos conocimientos específicos dentro del área desarrollando en el alumno unas capacidades para desenvolverse profesionalmente en el sector, y más concretamente en Actividades de Gestión y Administración del Pequeño Comercio.

Salidas laborales

Una vez finalizada la formación, habrás adquirido los conocimientos y habilidades profesionales que aumentarán tus expectativas laborales en el sector del Comercio, Escaparatismo y Administración y Dirección de Empresas.

TEMARIO

PARTE 1. ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS BASES DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

1. Introducción a la estrategia empresarial
2. Pensamiento estratégico
3. Aspectos esenciales de la estrategia
4. Los tipos de estrategias

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

1. Visión, misión y valores Empresariales
2. Esquema del proceso estratégico
3. Organización y niveles de planificación de la decisión estratégica
4. Las unidades estratégicas de negocio

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

1. Concepto y tipología del entorno
2. Análisis del entorno general PEST/EL
3. Análisis del entorno específico
4. Análisis de PORTER
5. Grado de rivalidad existente entre los competidores
6. Amenaza de productos sustitutivos
7. Poder de negociación de los clientes
8. Poder de negociación de los proveedores

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIAGNÓSTICO INTERNO DE LA EMPRESA

1. El perfil estratégico de la empresa
2. Análisis DAFO
3. Las matrices de cartera de productos como modelos de análisis estratégico
4. Matriz del BCG o de crecimiento-cuota de mercado.
5. Matriz General Electric-McKinsey o de posición competitiva-atractivo del sector
6. Matriz ADL o de posición competitiva-madurez del sector

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA ESTRATEGIA PROPUESTA

1. Generación de opciones estratégicas
2. Formulación y selección de la estrategia
3. Criterios de elección y evaluación de la estrategia

UNIDAD DIDÁCTICA 6. IMPLANTACIÓN Y CONTROL ESTRATÉGICO

1. Puesta en marcha de la estrategia
2. Nuevo diseño organizativo

3. Disponibilidad de recursos
4. Control y evaluación de resultados
5. Inicio de ajustes correctivos
6. Cuadro de mando integral

UNIDAD DIDÁCTICA 7. 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 8. 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 9. COMUNICACIÓN NO VERBAL

1. El lenguaje no verbal.
2. Relaciones entre la conducta verbal y no verbal.
3. Entablar relaciones.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. 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. Obstáculos que se pueden presentar
6. Técnicas para mejorar esta habilidad Social

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA NEGOCIACIÓN

1. Concepto de negociación
2. Estilos de negociación
3. Los caminos de la negociación
4. Fases de la negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 12. TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN

1. Estrategias de negociación
2. Tácticas de negociación

3. Cuestiones prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 13. EL 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

PARTE 2. GESTIÓN ECONÓMICA BÁSICA DEL PEQUEÑO COMERCIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN FISCAL, CONTABLE Y LABORAL DEL PEQUEÑO COMERCIO

1. Gestión fiscal en pequeños comercios
2. Gestión contable en pequeños comercios
3. Gestión laboral en pequeños comercios
4. Servicios on-line de las Administraciones Públicas para el pequeño comercio
5. Software y paquetes integrados de gestión administrativa de pequeños comercios

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE TESORERÍA EN EL PEQUEÑO COMERCIO

1. Necesidades de tesorería
2. Estimulación de la situación de tesorería
3. Calendario de pagos y cobros
4. Cuentas financieras
5. Seguimiento de cuentas
6. Estrategias de tesorería

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE MEDIOS DE COBRO Y PAGO EN EL PEQUEÑO COMERCIO

1. Documentación de operaciones comerciales
2. Documentos cambiarios
3. Operaciones bancarias de cobros y pagos
4. Medios telemáticos de pago

PARTE 3. PLANIFICACIÓN Y APERTURA DE UN PEQUEÑO COMERCIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLAN DE NEGOCIO BÁSICO PARA EL PEQUEÑO COMERCIO

1. Red de Recursos para Emprendedores del sector comercial
2. Análisis de oportunidades
3. Plan Comercial
4. Tecnologías aplicadas al sector minorista

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLAN ECONÓMICO BÁSICO DEL PEQUEÑO COMERCIO

1. Plan de Inversión básico de un pequeño comercio
2. Fuentes de financiación propia y ajena
3. Subvenciones y ayudas públicas al pequeño comercio

4. Viabilidad económica-financiera del pequeño comercio
5. Ratios financieros básicos
6. Operaciones de seguro y reaseguro en el pequeño comercio
7. Fijación de precios de venta al público

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN Y PROYECTO DE PEQUEÑO COMERCIO

1. Formas jurídicas aplicables al pequeño comercio
2. Trámites de constitución de un pequeño comercio
3. Titularidad sobre el local de negocio
4. Planimetría básica
5. Decoración de interiores básica
6. Proyecto de Tienda con integración de todos los elementos para su integración

PARTE 4. CALIDAD Y SERVICIOS DE PROXIMIDAD EN EL PEQUEÑO COMERCIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. COMERCIO DE PROXIMIDAD

1. Horarios comerciales
2. Conciliación de la vida familiar, laboral y personal en los pequeños negocios
3. Asistencia posventa
4. Pautas de atención y asesoramiento al cliente propias del pequeño comercio
5. Servicios complementarios a la venta

UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMERCIO DE CALIDAD

1. Calidad en el pequeño comercio
2. Implantación y Gestión de Sistemas de Calidad en el pequeño comercio
3. Entidades de certificación de Sistemas de Calidad, específicas del pequeño comercio
4. Códigos de buenas prácticas comerciales

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIO SOSTENIBLE

1. Política de devoluciones en el pequeño comercio
2. Web y su uso por el pequeño comercio
3. Medidas de eficiencia energética en el pequeño comercio
4. Gestión de residuos, envases y embalajes aplicados en pequeños comercios

PARTE 5. DINAMIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA DEL PEQUEÑO COMERCIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PSICOLOGIA DE LA VENTA EN EL PEQUEÑO COMERCIO

1. Comportamiento del cliente en el punto de venta
2. Circulación interna del cliente
3. Zonas frías y calientes

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN INTERIOR DEL PUNTO DE VENTA DE PEQUEÑOS COMERCIOS

1. Distribución funcional del punto de venta
2. Elementos de merchandising

3. Diseño de interiores básico
4. Normativa de seguridad e higiene en el punto de venta

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DISTRIBUCION DE PRODUCTOS EN EL PEQUEÑO COMERCIO

1. El surtido
2. Clasificación de los productos
3. Características de los productos
4. Identificación de los productos
5. Implantación en el lineal y exposición de los productos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ACCIONES PROMOCIONALES EN EL PUNTO DE VENTA

1. Normativa comercial promocional
2. Técnicas de promoción para incentivar y fidelizar clientes
3. Elementos y soportes promocionales
4. Presupuestos y medios disponibles

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SEÑALÉTICA Y MEDIOS DISPONIBLES

1. Identidad: logotipo y marca
2. Publicidad comercial
3. Rótulos y letreros
4. Aplicaciones para la autoedición de folletos y carteles
5. Aplicaciones informáticas graficas y de edición

PARTE 6. TÉCNICAS DE VENTA

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. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. 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. Aplicaciones de gestión de relaciones con el cliente (CRM)

UNIDAD DIDÁCTICA 4. 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
4. Respuestas y usos habituales en el sector comercial
5. Resolución extrajudicial de reclamaciones: Ventajas y procedimiento
6. Juntas arbitrales de consumo

