



FORMACIÓN

Catálogo de Cursos

ADGD132PO - GESTION DE UN PEQUEÑO COMERCIO

Sector: COMERCIO

Modalidad: ONLINE

Duración: 80.00 horas

Objetivos:

Adquirir conocimientos para implantar un pequeño comercio, resolver problemas y tomar decisiones de acuerdo con la legislación vigente.

Contenidos:

1. LA EMPRESA.

1.1. El concepto de empresa.

1.2. Los elementos de la empresa.

1.3. Las funciones básicas de la empresa.

1.4. El empresario.

1.5. Clasificación de las empresas.

(Este epígrafe sólo se cumplimentará si existen requisitos legales para el ejercicio de la profesión)

9. Requisitos oficiales de los centros:

(Este epígrafe sólo se cumplimentará si para la impartición de la formación existe algún requisito de homologación /

autorización del centro por parte de otra administración competente.

que las mismas deberán contar con los desarrollos informáticos que posibiliten tales acciones de

seguimiento (protocolo de conexión SOAP).

Sin perjuicio de lo anterior, y de cara al seguimiento puntual de las acciones formativas de certificado de

profesionalidad que se impartan, será preceptivo proporcionar al Servicio Público de Empleo de la

Administración Competente una dirección (con sus correspondientes credenciales) de acceso a la

plataforma, con permiso de administrador, pero sin posibilidad de modificar datos.

– Niveles de accesibilidad e interactividad que como mínimo cumplan las prioridades 1 y 2 de la Norma

UNE 139803:2012 o posteriores actualizaciones, según lo estipulado en el Capítulo III del Real Decreto

1494/2007, de 12 de noviembre.

– El servidor la plataforma de teleformación ha de cumplir con los requisitos establecidos en la Ley

Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal, por lo que el

responsable de dicha plataforma ha de identificar la localización física del servidor y el cumplimiento de lo

establecido sobre transferencias internacionales de datos en los artículos 33 y 34 de dicha Ley Orgánica y

en el Título VI del Reglamento de desarrollo de la misma, aprobado por Real Decreto 1720/2007, de 21 de

diciembre.

– Incluir la imagen institucional del Servicio Público de Empleo de la Administración Competente y de las entidades que él designe, con las pautas de imagen corporativa que se establezcan.

– Disponibilidad de un servicio de atención a usuarios que proporcione soporte técnico y mantenga la infraestructura tecnológica y que, de forma estructurada y centralizada, atienda y resuelva las consultas e incidencias técnicas del alumnado. El servicio, que deberá estar disponible para el alumnado desde el inicio hasta la finalización de la acción formativa, deberá mantener un horario de funcionamiento de mañana y de tarde, tendrá que ser accesible mediante teléfono y mensajería electrónica y no podrá superar un tiempo de demora en la respuesta superior a 2 días laborables.

2. Requisitos técnicos del contenido virtual de aprendizaje

Para garantizar la calidad del proceso de aprendizaje del alumnado, el contenido virtual de aprendizaje de las especialidades formativas no dirigidas a la obtención de certificados de profesionalidad mantendrá una estructura y funcionalidad homogénea, cumpliendo los siguientes requisitos:

- Como mínimo, ser los establecidos en el correspondiente programa formativo que conste en el fichero de especialidades formativas previsto en el artículo 20.3 del Real Decreto 395/2007, de 23 de marzo y esté asociado a la especialidad formativa para la que se solicita inscripción.
- Estar referidos tanto a los conocimientos como a las destrezas prácticas y habilidades recogidas en los objetivos de aprendizaje de los citados programas formativos, de manera que en su conjunto permitan conseguir los resultados de aprendizaje previstos.
- Organizarse a través de índices, mapas, tablas de contenido, esquemas, epígrafes o titulares de fácil discriminación y secuenciarse pedagógicamente de tal manera que permitan su comprensión y retención.
- No ser meramente informativos, promoviendo su aplicación práctica a través de actividades de aprendizaje (autoevaluables o valoradas por el tutor-formador) relevantes para la práctica profesional, que sirvan para verificar el progreso del aprendizaje del alumnado, hacer un seguimiento de sus dificultades de aprendizaje y prestarle el apoyo adecuado.
- No ser exclusivamente textuales, incluyendo variados recursos (necesarios y relevantes), tanto estáticos como interactivos (imágenes, gráficos, audio, video, animaciones, enlaces, simulaciones, artículos, foro, chat, etc.). de forma periódica.
- Poder ser ampliados o complementados mediante diferentes recursos adicionales a los que el alumnado pueda acceder y consultar a voluntad.
- Dar lugar a resúmenes o síntesis y a glosarios que identifiquen y definan los términos o vocablos básicos, relevantes o claves para la comprensión de los aprendizajes.
- Evaluar su adquisición durante o a la finalización de la acción formativa a través de actividades de evaluación (ejercicios, preguntas, trabajos, problemas, casos, pruebas, etc.), que permitan medir el rendimiento o desempeño del alumnado.

- 1.6. La relación de la empresa con el entorno.
2. LA FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA.
 - 2.1. El concepto de personalidad física y jurídica de una empresa.
 - 2.2. La empresa individual.
 - 2.3. La comunidad de bienes.
 - 2.4. La sociedad civil.
 - 2.5. La sociedad de responsabilidad limitada.
 - 2.6. La sociedad anónima.
 - 2.7. Otras formas jurídicas.
 - 2.7.1. Sociedad limitada nueva empresa.
 - 2.7.2. Sociedad colectiva.
 - 2.7.3. Sociedades laborales.
 - 2.7.4. Sociedades cooperativas.
 - 2.7.5. Sociedades profesionales.
 - 2.8. Elección de la forma jurídica.
 - 2.9. Trámites para la creación de una empresa.
 - 2.9.1. Trámites de constitución.
 - 2.9.2. Trámites fiscales.
 - 2.9.3. Trámites laborales.
3. LA INICIATIVA EMPRENDEDORA Y EL PLAN DE EMPRESA.
 - 3.1. Iniciativa, creatividad e innovación.
 - 3.1.1. Iniciativa.
 - 3.1.2. Creatividad.
 - 3.1.3. Innovación.
 - 3.2. El emprendedor.
 - 3.2.1. Cualidades de la persona emprendedora.
 - 3.3. La cultura emprendedora.
 - 3.3.1. Principios para el desarrollo de la cultura emprendedora.
 - 3.4. La idea de negocio.
 - 3.4.1. Fuentes donde se pueden originar ideas.
 - 3.5. El plan de empresa.
 - 3.5.1. Objetivos del plan.
 - 3.5.2. Fases para la elaboración del plan.
 - 3.6. Elaboración del plan de empresa.
 - 3.6.1. Introducción.
 - 3.6.2. Promotores del plan.
 - 3.6.3. Descripción de los productos/servicios.
 - 3.6.4. Plan de producción.
 - 3.6.5. Análisis del mercado.
 - 3.6.6. El plan de marketing.
 - 3.6.7. Organización y recursos humanos.
 - 3.6.8. Plan de inversiones.
 - 3.6.9. Previsión de la cuenta de resultados.
 - 3.6.10. Financiación del plan.
 - 3.6.11. Valoración del riesgo.
4. CREACIÓN DE UN PEQUEÑO COMERCIO.
 - 4.1. Análisis del entorno.
 - 4.2. Análisis del mercado y el entorno comercial.
 - 4.2.1. Análisis del mercado.
 - 4.2.2. Identificación y cuantificación del mercado.
 - 4.2.3. La cuota de mercado.
 - 4.2.4. Análisis de los clientes.
 - 4.2.5. Análisis de la competencia.
 - 4.3. La investigación de mercados.
 - 4.4. Fuentes de información.
 - 4.5. Fases de una investigación de mercados.
 - 4.6. El cuestionario.

- 4.7. Análisis DAFO.
- 4.8. Ubicación del establecimiento comercial.
 - 4.8.1. Área comercial.
 - 4.8.2. Estudio de la ubicación.
- 5. EL PLAN DE INVERSIONES DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL.
 - 5.1. Estructura económica y financiera.
 - 5.2. Fuentes de financiación.
 - 5.3. Financiación a corto plazo.
 - 5.3.1. Créditos comerciales y aplazamientos de pago.
 - 5.3.2. Pólizas de crédito.
 - 5.3.3. Negociación de efectos comerciales.
 - 5.3.4. Factoring.
 - 5.6. Financiación a largo plazo.
 - 5.6.1. Préstamos.
 - 5.6.2. Leasing.
 - 5.6.3. Renting.
 - 5.6.4. Otras fuentes de financiación.
 - 5.6.5. Subvenciones oficiales y ayudas para la constitución de la empresa.
 - 5.7. Determinación de las necesidades de inversión para la apertura del comercio.
 - 5.7.1. Plan de inversiones básico.
 - 5.7.2. Plan de financiación.
 - 5.8. El contrato de seguro.
 - 5.9. Formas de adquisición del local comercial.
- 6. La gestión económica y la tesorería en el pequeño comercio.
 - 6.1. Previsión de demanda
 - 6.1.1. Técnicas de previsión de demanda
 - 6.1.2. Media móvil
 - 6.2. Previsión de ingresos y gastos
 - 6.2.1. Ingresos
 - 6.2.2. Gastos
 - 6.3. Elaboración de presupuestos
 - 6.3.1. Presupuesto de tesorería
 - 6.4. Cálculo del precio de venta
 - 6.4.1. Basados en el coste
 - 6.4.2. Basado en el valor del mercado.
 - 6.4.3. Basados en el nivel de competencia
 - 6.5. Cálculo del punto muerto
 - 6.6. Evaluación de inversiones y cálculo de la rentabilidad
 - 6.6.1. Valor actual neto o VAN
 - 6.6.2. Plazo de retorno (o pay-back en inglés).
 - 6.7. Período medio de maduración.
 - 6.7.1. Periodo medio de almacenamiento.
 - 6.7.2. Periodo medio de cobro.
 - 6.7.3. Periodo medio de pago.
 - 6.8. Análisis económico-financiero del establecimiento comercial.
 - 6.8.1. Ratios financieros.
 - 6.8.2. Ratios económicos.
- 7. OBLIGACIONES FISCALES EN EL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL.
 - 7.1. El sistema tributario español.
 - 7.2. Tributos y sus elementos característicos.
 - 7.2.1. Impuestos.
 - 7.2.2. Tasas.
 - 7.2.3. Contribuciones especiales.
 - 7.3. Obligaciones fiscales del pequeño comercio.
 - 7.4. Declaración censal.
 - 7.5. El Impuesto sobre Actividades Económicas.
 - 7.6. Impuesto sobre el Valor Añadido.

- 7.6.1. La base imponible.
- 7.6.2. Tipos impositivos y cuota IVA.
- 7.6.3. Declaración-liquidación del IVA.
- 7.7. Obligaciones formales.
 - 7.7.1. Registro de facturas expedidas.
 - 7.7.2. Registro de facturas recibidas.
 - 7.7.3. Registro de bienes de inversión.
- 7.8. Regímenes especiales de tributación.
 - 7.8.1. El régimen simplificado.
 - 7.8.2. El Régimen del Recargo de Equivalencia.
 - 7.8.3. Características.
- 7.9. El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.
 - 7.9.1. Modalidades de tributación en actividades empresariales y profesionales.
 - 7.9.2. Retenciones y pagos a cuenta del IRPF.
- 7.10. El Impuesto de Sociedades.
- 8. DOCUMENTOS DE COMPRAVENTA Y DE COBRO Y PAGO.
 - 8.1. La factura.
 - 8.1.1. Requisitos y datos de la factura.
 - 8.2. La factura simplificada.
 - 8.3. La factura electrónica.
 - 8.4. Modalidades de pago.
 - 8.4.1. Medios de pago contado.
 - 8.4.2. Medios de pago aplazado.
 - 8.4.3. Otros medios de pago.
 - 8.5. Gestión de cobro y negociación de efectos.
- 9. LA CONTABILIDAD EN EL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL.
 - 9.1. La contabilidad en la empresa.
 - 9.2. El patrimonio de la empresa.
 - 9.3. Las cuentas.
 - 9.3.1. El debe y el haber.
 - 9.3.2. Tipos de cuentas.
 - 9.3.3. Las cuentas anuales.
 - 9.4. El balance.
 - 9.5. La cuenta de pérdidas y ganancias.
 - 9.6. Los libros contables y de registro.
 - 9.7. El libro diario.
 - 9.8. El libro mayor.
 - 9.9. El libro de inventarios y cuentas anuales.
 - 9.10. El ciclo contable.
 - 9.11. Concepto de inversión, gasto, pago, ingreso y cobro.
 - 9.12. El Plan General de Contabilidad para las pymes.
- 10. LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS.
 - 10.1. La Seguridad Social.
 - 10.1.1. Regímenes de la Seguridad Social.
 - 10.2. Inscripción, afiliación altas y bajas a la Seguridad Social.
 - 10.3. La cotización a la Seguridad Social.
 - 10.3.1. Elementos básicos de cotización.
 - 10.3.2. Los boletines de cotización a la Seg. Social.
 - 10.4. El contrato de trabajo.
 - 10.5. La retribución de los trabajadores.
 - 10.5.1. La nómina.
 - 10.6. Régimen de cotización de los trabajadores autónomos.
- 11. LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE.
 - 11.1. El consumidor.
 - 11.2. Características del servicio de calidad.
 - 11.3. Las normas de calidad del servicio.
 - 11.4. Los servicios adicionales a la venta.

- 11.5. Los instrumentos para medir la calidad y el grado de satisfacción del cliente.
- 11.6. El plan de gestión de incidencias.
- 11.7. El plan de calidad en el pequeño comercio.