

Modalidad: curso e-Learning Duración: 25 horas

Categorías: Comercio y marketing

## OBJETIVOS

Conocer el concepto estructural y funcional de una empresa. Aprender cuál es la forma y los elementos utilizados en la estrategia de venta a través del marketing. Reconocer los procesos de producción y gestión de calidad. Tener conocimiento de las normas establecidas para el manejo de la empresa y la gestión de calidad.

## CONTENIDOS

UD1. La Empresa. 1.1. Introducción. 1.2. El concepto de Empresa. 1.3. Funciones de la Empresa. 1.4. Tipos de empresa: Clasificación. 1.5. La estructura organizativa de la Empresa. 1.6. El organigrama. UD2. El marketing como herramienta de gestión. 2.1. Introducción. 2.2. El concepto de Marketing. 2.3. El plan de Marketing. 2.4. Análisis de la empresa y de su entorno. 2.5. Definición de objetivos. 2.6. Control de planes y objetivos. 2.7. Políticas de Marketing Mix. 2.8. Herramientas de la comunicación. UD3. La producción en las Pymes. 3.1. Introducción. 3.2. ¿qué es un proceso?. 3.3. Las partes de un proceso. 3.4. Características del proceso. 3.5. La logística. UD4. Gestión de la calidad. 4.1. Introducción. 4.2. ¿qué es la calidad?. 4.3. Ventajas de la calidad total en las Pymes. 4.4. Cómo ahorrar costes con la calidad. 4.5. El modelo europeo de calidad total. 4.6. Las normas ISO 9000 y la gestión medioambiental (ISO 14000) en la Pyme. 4.7. Cómo se certifica una pyme. 4.8. Certificado I+D+I.

