

Modalidad: curso e-Learning Duración: 30 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

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. Elaborar proyectos de tienda, determinando la forma jurídica, indicando los trámites y documentación específicos para la puesta en marcha y calculando la viabilidad económico-financiera del pequeño comercio.

CONTENIDOS

UD1. Plan de negocio básico para el pequeño comercio. 1.1. Red de Recursos para Emprendedores del sector comercial. 1.2. Análisis de oportunidades. 1.3. Plan Comercial. 1.4. Tecnologías aplicadas al sector minorista. UD2. Plan económico básico del pequeño comercio. 2.1. Plan de Inversión básico de un pequeño comercio. 2.2. Fuentes de financiación propia y ajena. 2.3. Subvenciones y ayudas públicas al pequeño comercio. 2.4. Viabilidad económica- financiera del pequeño comercio. 2.5. Ratios financieros básicos. 2.6. Operaciones de seguro y reaseguro en el pequeño comercio. 2.7. Fijación de precios de venta al público. UD3. Trámites de constitución y proyecto de pequeño comercio. 3.1. Formas jurídicas aplicables al pequeño comercio. 3.2. Trámites de constitución de un pequeño comercio. 3.3. Titularidad sobre el local de negocio. 3.4. Planimetría básica. 3.5. Decoración de interiores básica. 3.6. Proyecto de Tienda con integración de todos los elementos para su integración.

