

**ANEXO I LOTE 4 F241465AA
ÍNDICES ACCIONES FORMATIVAS**

Comercio – Sectorial Especial Interés – F241465AA

COMT075PO – Psicología de Ventas en Pequeños Establecimientos Comerciales (180h)

1. COMPORTAMIENTOS DE COMPRA Y VENTA.

1.1. El papel del vendedor.

1.2. La figura del comprador.

2. NOCIONES DE PSICOLOGÍA APLICADA A LA VENTA.

2.1. Teoría del análisis transaccional.

2.2. La acción sobre el otro.

2.3. Estudio de la motivación.

2.4. La relación comprador - vendedor: relación interpersonal.

3. LA COMUNICACIÓN.

3.1. Nociones básicas.

3.2. Elementos de la comunicación.

3.3. El proceso de la comunicación.

3.4. Dificultades en la comunicación.

3.5. Funciones del mensaje.

3.6. Niveles de la comunicación.

3.7. Actitudes y técnicas que favorecen la comunicación.

3.8. Tipos de comunicación.

3.9. Tipos de entrevistas y reuniones.

4. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN APLICABLES A LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL Y COMERCIAL.

4.1. Las comunicaciones y la empresa.

4.2. El lenguaje escrito.

4.3. La comunicación oral.

4.4. Normas de comunicación telefónica.

4.5. La comunicación escrita.

5. METODOLOGÍA DE CONOCIMIENTO DE LOS PRODUCTOS.

5.1. La situación del producto en el mercado.

5.2. La fabricación del producto.

5.3. La imagen del producto.

5.4. La vida del producto.

5.5. Argumentos de venta: selección y adaptación a las diferentes categorías de clientes.

6. METODOLOGÍA DE CONOCIMIENTO DE LOS CLIENTES.

6.1. Clientela actual.

6.2. Estudios cuantitativos: análisis de ventas por zonas geográficas.

6.3. Estudios cualitativos: motivaciones de compra.

6.4. Clientela potencial.

7. MÉTODOS DE VENTA.

7.1. Introducción.

7.2. Ventas en punto de venta: tienda, almacén y merchandising.

7.3. Ventas en ferias, exposiciones y salones.

7.4. Ventas de productos de consumo inmediato y de consumo duradero.

8. LA VENTA Y LA NEGOCIACIÓN.

8.1. Preparación de la visita.

8.2. Etapas de la venta y de la negociación comercial.

8.3. Seguimiento de la venta.

9. MARCO JURÍDICO DE LA VENTA Y NORMATIVA COMUNITARIA.

9.1. El contrato de compraventa. Responsabilidad contractual en materia de distribución.

9.2. Disposiciones de protección del comprador.

9.3. Disposiciones relativas a la competencia: reglamentación en materia de precios, acuerdos y prácticas

discriminatorias.

IMPE009PO – Personal Shopper en Comercio (80h)

1. ¿QUÉ ES LA IMAGEN PERSONAL?.

1.1. Conceptos básicos.

1.2. Método de asesoramiento de imagen.

2. CONCEPTOS BÁSICOS DE: ESTILO, ELEGANCIA, SABER ESTAR Y BUENA PRESENCIA.

2.1. El estilo.

2.2. La buena presencia.

2.3. Saber estar.

2.4. La elegancia.

3. ICONOLOGÍA DE LA IMAGEN.

3.1. Concepto.

3.2. Líneas.

3.3. Formas.

3.4. Los volúmenes.

3.5. Armonía y contraste.

4. COLOR.

4.1. Introducción.

4.2. Propiedades del color.

4.3. Clasificación del color.

4.4. Simbología y significado del color.

4.5. Armonía de color.

4.6. Combinación del color en el vestir.

4.7. Teoría de las estaciones.

5. TEJIDOS.

5.1. Fibras textiles.

5.2. Tipos de tejidos.

6. VISAGISMO. PROPORCIÓN DEL ROSTRO.

6.1. Visagismo.

6.2. Rostros femeninos.

6.3. Rostros masculinos.

7. LAS PROPORCIONES DE LA SILUETA.

7.1. Silueta femenina.

7.2. Tipos de silueta femenina.

7.3. Silueta masculina.

7.4. Tipos de silueta masculina.

8. INESTETISMOS CORPORALES. CÓMO SACAR PARTIDO A LA FIGURA.

8.1. Introducción.

8.2. Desproporciones en la relación talle, cintura y piernas.

8.3. Inestetismos femeninos.

8.4. Inestetismos masculinos.

9. VALORACIÓN DE LAS PRENDAS DE VESTIR FEMENINAS.

9.1. Conceptos básicos.

9.2. Tipos de prendas de vestir femeninas.

10. LOS COMPLEMENTOS FEMENINOS.

10.1. Complementos femeninos.

10.2. Zapatos.

10.3. Bolsos.

10.4. Cinturón.

10.5. Pendientes.

10.6. Collares.

10.7. Anillos.

10.8. Reloj.

10.9. Broche.

10.10. Pañuelos, pashminas, fulares, bufandas.

10.11. Sombreros.

10.12. Recomendaciones generales.

11. VALORACIÓN DE LAS PRENDAS DE VESTIR MASCULINAS: EL TRAJE.

11.1. Estilos de trajes.

11.2. Tipos de cuellos.

11.3. Recomendaciones en el uso del traje.

11.4. Tipos de nudos de corbata.

11.5. El color en la vestimenta masculina.

12. COMPLEMENTOS MASCULINOS.

12.1. Introducción.

12.2. Gafas.

12.3. Sombrero.

12.4. Corbata.

12.5. El calzado.

12.6. El cinturón.

12.7. Pañuelos y bufandas.

12.8. Reloj.

12.9. Los gemelos.

13. ETIQUETA MASCULINA.

13.1. Etiqueta masculina.

13.2. Frac.

13.3. Chaqué.

13.4. Esmoquin.

13.5. Traje clásico oscuro.

13.6. Recomendaciones.

14. ETIQUETA FEMENINA.

14.1. La etiqueta femenina.

14.2. Vestido largo o de noche.

14.3. Vestido corto.

14.4. Vestido cóctel.

14.5. Recomendaciones finales.

15. SABER VESTIR EN DISTINTAS OCASIONES.

15.1. Introducción.

15.2. Ir a la oficina.

15.3. Ir a una entrevista de trabajo.

15.4. Cómo vestir en una boda.

15.5. Cómo vestir para una fiesta.

16. EL GUARDARROPA PERFECTO Y COMPRAS INTELIGENTES.

16.1. Análisis del armario.

16.2. Fondo de armario y compra inteligente.

16.3. Fondo de armario femenino.

16.4. Fondo de armario masculino.

ADGD132PO – Gestión de un Pequeño Comercio (80h)

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.

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. Período medio de almacenamiento.

6.7.2. Período medio de cobro.

6.7.3. Período 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

IMPE015PO – Higiene e Hidratación de la Piel del Rostro y el Cuerpo (50h)

1. LA HIGIENE DE LA PIEL.

2. TIPOS DE TRATAMIENTO DE HIGIENE FACIAL Y CORPORAL

3. LA LIMPIEZA SUPERFICIAL Y EL DESMAQUILLADO DE LA PIEL. TÉCNICAS DE REALIZACIÓN

4. LA LIMPIEZA PROFUNDA DE LA PIEL. FASE DE TRATAMIENTO. ÚTILES Y MATERIALES

EMPLEADOS

5. PREPARACIÓN DEL CLIENTE Y REALIZACIÓN DE LA FICHA TÉCNICA

6. CRITERIOS DE SELECCIÓN Y APLICACIÓN DE LA COSMETOLOGÍA ESPECÍFICA

7. CRITERIOS DE SELECCIÓN, PROGRAMACIÓN Y APLICACIÓN DE LOS APARATOS EMPLEADOS

EN CADA FASE DE LOS TRATAMIENTOS.

8. TÉCNICAS MANUALES EMPLEADAS

9. TÉCNICAS ESPECÍFICAS DE REALIZACIÓN DE LA LIMPIEZA PROFUNDA SEGÚN EL TIPO DE PIEL

9.1. Piel normal

9.2. Piel Alípica

9.3. Piel deshidratada

9.4. Piel grasa

9.5. Piel Acnéica

9.6. Piel Sensible

9.7. Piel Envejecida Cajas simples (Grandes)

10. LA HIDRATACIÓN DE LA PIEL

10.1. Técnicas manuales

10.2. Materiales y medios técnicos.

10.3. Cosméticos específicos: criterios de selección, manipulación y aplicación

10.4. Aparatología: criterios de selección, programación y aplicación

EOCB026PO – Introducción a la Casa Sana (30h)

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Contexto socio cultural

1.2 Efectos sobre la salud del aire interior

1.3 Confort térmico y ventilación

2. FUENTES CONTAMINANTES

2.1 Introducción

2.2 Contaminantes químicos

2.3 Contaminantes biológicos

2.4 Otros contaminantes

2.5 Factores que afectan la calidad del aire en ambientes cerrados

3 MEDIDAS Y MARCO NORMATIVO

3.1 Métodos de control de la calidad del aire

3.2 Legislación y marco normativo

4. ETIQUETADO AMBIENTAL

4.1 Conceptos generales

4.2 Tipos y características

4.3 Certificaciones

5.- AMBIENTES RESIDENCIALES SANOS

5.1 Revisión de la normativa actual

5.2 Plataforma de materiales saludables

5.3 Perspectiva y modelos existentes

6 CASA SANA

6.1 Lugares saludables para vivir y trabajar

6.2 Propuesta y claves a considerar para prescribir una obra sana

7. DESARROLLO PRÁCTICO DE UN PROYECTO TÉCNICO SOBRE MEDIDAS PARA ASESORAR Y REALIZAR UN PROYECTO DE VIVIENDA SALUDABLE

ADGD055PO – Crea tu Tienda Online con Prestashop (20h)

1. PRESTASHOP Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO.

1.1. Introducción a Prestashop y el concepto de comercio electrónico.

1.2. La tienda prestashop, primeros pasos (cómo la ve el cliente y cómo es su programa de gestión).

2. TU TIENDA POR DENTRO (BACK OFFICE).

2.1. Gestión de los productos y categorías.

2.2. Transporte, transportistas, formas de envío y distribución por zonas.

2.3. Los clientes y los pedidos.

2.4. Medios de Pago. Empleados y estadísticas.

3. TU TIENDA POR FUERA (FRONT OFFICE).

3.1. Los módulos, Gestión, configuración, activación.

3.2. Posición módulos en el Front Office ,personalización de la tienda.

3.3. Los módulos más importantes. Consideraciones finales y cierre de curso.

SALVADOR FERNÁNDEZ SALAS

DIRECTOR GERENTE


Cámara
Sevilla
CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO
INDUSTRIA, SERVICIOS Y NAVEGACIÓN