

Organización Empresarial

Código: 0126

Estos **Cursos** están compuestos por un pack de formación ideados para desarrollar **Formación Continua** en las modalidades “ **a distancia**” y/u “**on line**”. Los contenidos de nuestros cursos, ajustados a los certificados de Profesionalidad, dan cobertura a un gran número de cualificaciones profesionales. Cada pack de formación se compone de: manual ó temario del alumno, cuaderno de anotaciones, prueba de evaluación y cuestionario de calidad y en su caso CD o DVD o claves para el acceso al aula virtual basada en la plataforma libre más conocida Moodle. Ofrecemos un servicio especializado de tutorías en las modalidades “**a distancia**” y “**on-line**”, por el que más de 100 profesionales cualificados gestionarán su curso formativo, tanto a nivel administrativo y docente, encargándose de:

1. **Tutor personal** por alumno.
2. **Gestión del envío** del temario o manual formativo.
3. **Seguimiento permanente del aprendizaje.**
4. **Resolución de dudas.**
5. Emisión de un **diploma acreditativo.**

➤ **Modalidad: Distancia**

➤ **Duración: Tipo B – 50 horas**

➤ **Objetivos:**

Analizar el sistema distributivo y aplicar procedimientos para establecer la orientación estratégica comercial, identificando sus funciones y tareas mediante la definición de políticas comerciales y empresariales.

➤ **Contenidos:**

Tema 1.- La Distribución Comercial.

Concepto. Cambios en el Entorno de la Distribución. La Política de Distribución. Funciones Encomendadas a la Distribución. Canales Verticales de Distribución. Canales Horizontales de Distribución. El Diseño de los Canales de Distribución. Conflicto de Competencias entre los Canales. El Trade Marketing. Intermediarios del Canal de Distribución.

Tema 2.- La Empresa.

Definición. Tipos de Empresa. El Entorno de la Empresa.

Tema 3.-Organización Empresarial.

Las Funciones Administrativas de la Empresa. Planificación y Objetivos. Organización y Proceso de Dirección. Dirección y Gestión: Estilos de Dirección. El Control.

Tema 4.- La Actividad Comercial de la Empresa.

El Marketing. Determinantes del Marketing. Políticas de Producto. Políticas de Precio. Políticas de Promoción. Políticas de Distribución.