

Procesos comerciales

Tema 1. SERVICIOS DE LOGÍSTICA COMERCIAL.

1. Los operadores logísticos. Centros logísticos. Plataformas logísticas multimodales.
2. Modelos de distribución comercial. Modelos de distribución.
3. Optimización de las variables de tiempo, distancias, capacidad y acoplamiento en una red logística.
4. Métodos de programación lineal en el transporte. Soluciones básicas y soluciones óptimas.
5. Control de los sistemas logísticos.

Tema 2. NORMATIVA SOBRE ALMACENAJE DE MERCANCÍAS.

1. Contratos de depósito. Contratos de almacenaje/distribución.
2. Mercancías especiales.
3. Regímenes de almacenamiento en comercio internacional. Sistemas de calidad en el almacén a nivel nacional y europeo.
4. Normativa de seguridad e higiene en almacenes.
5. Instalaciones generales y específicas.

Tema 3. ORGANIZACIÓN FÍSICA DE ALMACENES.

1. Organización de almacenes en empresas de fabricación, distribución y servicios.
2. Tipos de almacenes. Tipos de sistemas de almacenaje.
3. Diseño físico del almacén.
4. El flujo de materiales en el almacén.
5. Equipos de manipulación. Equipos de manutención.
6. Unidades de carga. Sistemas de seguimiento de las mercancías. Organización de los flujos de mercancías en el almacén.
7. Gestión del embalaje. Codificación de productos almacenados. Costes de almacenamiento.
8. Organización de una plataforma de paquetería.

Tema 4. GESTIÓN DE STOCKS DE MERCANCÍAS EN ALMACENES.

1. La gestión de stocks. Clases de stock. Stock mínimo, stock de seguridad, de rotación.
2. El punto de pedido. El volumen óptimo de pedido.
3. Clasificación y análisis ABC de productos.
4. Coste de rotura. Control económico.
5. El ciclo del pedido de cliente. Valoración de las existencias.
6. Logística inversa.
7. Software específico de gestión de muelles, almacenes, aprovisionamientos, existencias y elaboración de etiquetas.
8. Software específico de gestión de compras, almacén, ventas.

Tema 5. OPERACIONES DE LOGÍSTICA INVERSA.

1. Gestión de devoluciones de mercancías. Costes afectos a las devoluciones.
2. Sistemas de información en la logística inversa. Evaluación de las causas de devoluciones.
3. Reutilización de unidades y equipos de carga. Pools de paletas. Contenedores y embalajes reutilizables.

Tema 6. CONTROL DE PROCESOS REALIZADOS EN EL ALMACÉN.

1. Operativa de carga y descarga. Planificación y distribución de cargas.
2. Selección y optimización de rutas. Asignación de rutas de larga distancia y de transporte capilar.
3. Sistemas de calidad para el control del almacén. Sistemas de seguridad para personas y mercancías.
4. Recursos humanos y técnicos del almacén. Formación inicial y continua del equipo de trabajo del almacén.
5. Nuevas tecnologías de automatización e informatización de los almacenes.

Tema 7. POLÍTICAS DE APROVISIONAMIENTO DE MERCANCÍAS.

1. La previsión de la demanda y el plan de ventas.
2. El plan de producción y de materiales. Organización de la producción y distribución.
3. Planificación de necesidades de materiales. MRP (Material Requirement Planning).
4. Planificación de necesidades de distribución. DRP (Distribution Requirement Planning).
5. Enfoques en la gestión del aprovisionamiento (JIT, Kanban).
6. Programación y control de proyectos. Métodos de control.

Tema 8. ELABORACIÓN DE PROGRAMAS DE APROVISIONAMIENTO.

1. Necesidades de aprovisionamiento. Demanda de aprovisionamiento.
2. Volumen de pedido. El precio de pedido. Plazos de entrega y plazos de pago.
3. Aprovisionamiento continuo y periódico. Previsión de necesidades.
4. Demanda dependiente e independiente. Sistemas "push" (empuje) o "pull" (arrastre).
5. Gestión de abastecimientos para artículos dependientes.
6. Aplicaciones informáticas en la planificación del aprovisionamiento.

Tema 9. SELECCIÓN DE PROVEEDORES DE MERCANCÍAS Y SUMINISTROS.

1. Proveedores potenciales y activos. Proceso de homologación.
2. Criterios de selección. Análisis de inconsistencias. Análisis de ofertas de compras.
3. Análisis del coste total de adquisición.
4. Evaluación de proveedores. Gestión del riesgo.
5. Previsión de contingencias. El mercado internacional de suministros.

6. Compra electrónica. Compra en subastas.
7. Externalización y subcontratación.

Tema 10. GESTIÓN DE PEDIDOS A PROVEEDORES.

1. Negociación de compras. Relación proveedor cliente, código ético. Decálogo del comprador.
2. El contrato de suministro. Gestión de órdenes de pedido/entrega. Documentación de compras.
3. La recepción, identificación y verificación del pedido.
4. Seguimiento del pedido. Sistemas online de seguimiento y control de pedidos.
5. Control de salidas. Proceso y documentación.
6. Registro y valoración de proveedores
7. Aplicaciones informáticas de gestión de compras y almacenes.

Tema 11. La CONTABILIDAD DE LAS EMPRESAS COMERCIALES Y DE TRANSPORTE.

1. Obligaciones contables de la empresa. Normativa mercantil y fiscal.
2. El Patrimonio de la empresa.
3. Los libros contables y de registro.
4. El Plan General Contable para las PYMES.
5. El Ciclo contable. Valoración del inmovilizado. Las cuentas anuales. El resultado del ejercicio.
6. Equilibrios patrimoniales. Análisis de estados financieros de la empresa. Análisis estático y dinámico.
7. Flujos de tesorería o cash-flow.
8. Aplicaciones informáticas de contabilidad financiera.

Tema 12. LOS IMPUESTOS Y TRIBUTOS QUE GRAVAN A LAS EMPRESAS COMERCIALES Y DE TRANSPORTE.

1. El sistema tributario español. Impuestos directos e indirectos.
2. El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF).
3. El Impuesto de Sociedades.
4. El Impuesto sobre el Valor Añadido.
5. El Impuesto de Circulación de Vehículos.
6. Los impuestos sobre determinados vehículos, peajes, tasas y cánones por la utilización de determinadas infraestructuras.

Tema 13. NORMATIVA APLICABLE A LOS MEDIOS DE TRANSPORTE.

1. Entorno y estructura del sector del transporte. Interrelaciones con otros sectores.
2. Organización de las empresas de transporte.
3. Clases de transporte. Actividades auxiliares.
4. Medios de transporte. Normativa de vehículos en los vehículos de transporte. Masas y dimensiones.
5. Tipos de vehículos. Homologación, matriculación, inspección técnica de vehículos (ITV) y medio ambiente.
6. Planes de mantenimiento. Revisiones periódicas.

7. Medidas anticontaminación. Ruido. Costes de la contaminación.

Tema 14. DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE

1. Permisos y formación requeridos. Obligaciones y responsabilidades.
2. Normas de circulación en el transporte por carretera. Normas de seguridad del material de transporte, del equipo y de la carga.
3. El tacógrafo. Normativa sobre tiempos de conducción, descanso y trabajo
4. Organismos e instituciones competentes en transporte. Requisitos de acceso a la actividad de transporte nacional e internacional.
5. Autorizaciones para realizar transporte intracomunitario y extracomunitario. Gestión de la documentación administrativa de operaciones de transporte.

Tema 15. LA GESTIÓN DE SEGUROS EN LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE Y LOGÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL

1. Legislación nacional e internacional en materia de seguros.
2. El contrato de seguro. Tipos de seguros.
3. Identificación y cobertura de riesgos. Tipos de pólizas de seguros.
4. El seguro de vehículos de suscripción obligatoria. Otros seguros de carácter voluntario. Las primas.
5. El seguro en el transporte internacional de mercancías. Pólizas tipo en los distintos modos de transporte. Contratación de la póliza.
6. Documentación. Siniestros.

Tema 16. GESTIÓN DE INCIDENCIAS EN EL TRANSPORTE DE MERCANCÍAS Y VIAJEROS.

1. Procedimientos de declaración de siniestros. Responsabilidad del transportista.
2. Cálculo de indemnizaciones.
3. Gestión de siniestros. Documentación, pruebas, plazos de reclamación en caso de siniestro.
4. El Consorcio de Compensación de seguros.
5. Riesgos extraordinarios.

Tema 17. CONTRATOS MERCANTILES EN EL TRANSPORTE Y LA LOGÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL.

1. El contrato de transporte. El contrato de transporte por carretera, ferrocarril, marítimo, aéreo y multimodal.
2. Contratación y subcontratación del transporte. Los términos comerciales internacionales, Incoterms.
3. Agentes en el transporte internacional.
4. Técnicas y tarifas de transporte. Transferencia de riesgos.
5. Convenios Internacionales y Cámara de Comercio Internacional (ICC).
6. El contrato de arrendamiento de cosas, obras y servicios. Alquiler de vehículos industriales.

Tema 18. INSPECCIONES Y RÉGIMEN SANCIONADOR EN SERVICIO DE TRANSPORTE POR CARRETERA.

1. Funciones de la inspección. Régimen de actuación y competencias.
2. Régimen sancionador. Tipos de infracciones. Las sanciones. Prescripción de las sanciones.
3. Procedimiento sancionador. Instrucción y resolución de sanciones.
4. Tramitación del expediente sancionador. Organismo competente.
5. Documentos contenidos en el expediente. Derecho a formular alegaciones. Plazo máximo del proceso.
6. Medidas cautelares. El recurso administrativo.

Tema 19. SELECCIÓN DE LOS MODOS Y MEDIOS DE TRANSPORTE DE MERCANCÍAS.

1. El transporte internacional de mercancías.
2. El transporte por carretera.
3. El transporte ferroviario.
4. El transporte marítimo. El transporte fluvial.
5. El transporte aéreo.
6. El transporte combinado. El transporte multimodal.
7. Plataformas y zonas de actividades logísticas. Zonas francas.
8. Puertos secos. Depósitos de contenedores.

Tema 20. NORMATIVA ESPECÍFICA DEL TRANSPORTE DE DETERMINADAS MERCANCÍAS Y DEL TRANSPORTE DE VIAJEROS.

1. Transporte de mercancías peligrosas. Convenio ADR (Acuerdo Europeo para el Transporte de mercancías peligrosas por carretera).
2. Transporte por ferrocarril (RID, Reglamento relativo al Transporte Internacional de Mercancías Peligrosas por Ferrocarril).
3. Transporte aéreo (Instrucciones Técnicas para el transporte sin riesgos de mercancías peligrosas por vía aérea) y Transporte Marítimo (Código IMDG).
4. Transporte de mercancías perecederas (Convenio ATP).
5. Transporte de animales vivos.
6. Transporte de mercancías de dimensiones especiales.
7. El transporte de viajeros.

Tema 21. INTEGRIDAD DE LAS MERCANCÍAS DURANTE EL TRANSPORTE Y ALMACENAJE.

1. Unidades de transporte y embalajes. Riesgos durante el transporte.
2. Protección física de mercancías. Tipos de embalaje.
3. Contenedores aéreos y marítimos. Palés aéreos y marítimos.
4. Manipulación y estiba de mercancías. Sistemas de codificación de la mercancía.
5. Puntos de verificación de la mercancía y trazabilidad. Variaciones producidas en la ruta.
6. Sistemas de información y comunicación durante el transporte.
7. Indicadores de calidad del servicio de transporte.

Tema 22. GESTIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN QUE ACOMPAÑA A LA MERCANCÍA EN EL TRANSPORTE INTERNACIONAL.

1. Conocimiento de embarque (Bill of Lading -B/L-). La póliza de fletamento.
2. La carta de porte (CMR). El cuaderno TIR.
3. La carta de porte CIM. El conocimiento aéreo (Airway Bill of Lading AWB). El conocimiento multimodal FIATA.
4. El cuaderno ATA. Documentación específica para mercancías especiales.
5. Declaración del cargador de mercancías peligrosas Organismos de inspección.

Tema 23. ANÁLISIS DEL MERCADO Y EL ENTORNO.

1. Concepto, elementos y funcionamiento del mercado. Clasificación de los mercados.
2. El sistema comercial. Variables controlables y no controlables. Análisis de las variables del mercado.
3. La segmentación del mercado. Variables del microentorno. Factores del macroentorno de la empresa.
4. Estudio del comportamiento del consumidor. El proceso de decisión de compra del consumidor. Variables que inciden en el comportamiento del consumidor.

Tema 24. SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MERCADOS.

1. Necesidad de información en la empresa. Tipos de datos. Fuentes de datos.
2. Estructura y finalidad del Sistema de Información de mercados (SIM). Organización y configuración de la información.
3. Aplicaciones de la investigación comercial. Proceso metodológico de la investigación comercial. Elaboración del plan de la investigación comercial.
4. Tipos de estudios comerciales. Estudios exploratorios. Estudios descriptivos. Estudios causales.

Tema 25. OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN PRIMARIA Y SECUNDARIA EN LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL.

1. Selección de las fuentes de información secundaria. Obtención de información primaria cualitativa y cuantitativa.
2. Técnicas de investigación cualitativa. Técnicas de investigación cuantitativa.
3. Las encuestas, los paneles, la observación y la experimentación.

Tema 26. OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN PRIMARIA MEDIANTE ENCUESTAS EN INVESTIGACIONES COMERCIALES.

1. La encuesta. Tipos de encuestas. Preparación de encuestas.
2. El cuestionario. Tipos de cuestionarios. Metodología para su diseño.
3. Aplicaciones informáticas para el diseño de cuestionarios. El pretest del cuestionario.

4. Fases del proceso y desarrollo de una encuesta.
5. Derechos y deberes de los encuestados. Códigos éticos en la obtención de datos por encuesta.
6. Técnicas de resolución de reclamaciones y quejas en la encuesta.

Tema 27. SELECCIÓN, FORMACIÓN Y REMUNERACIÓN DEL EQUIPO DE CAMPO EN LAS INVESTIGACIONES COMERCIALES.

1. Determinación del número de encuestadores necesarios. Características personales y profesionales.
2. Proceso de selección del personal de campo. Formación, perfeccionamiento y reciclaje del equipo de encuestadores. Motivación del equipo de trabajo de campo.
3. Técnicas de dinámica y dirección de grupos.
4. Técnicas de resolución de situaciones conflictivas, conciliación, mediación, arbitraje.
5. Sistemas de retribución de los encuestadores.

Tema 28. EL TRABAJO DE CAMPO EN LAS INVESTIGACIONES COMERCIALES.

1. Elaboración del plan de trabajo. Fases del trabajo de campo. Determinación de los objetivos.
2. Planificación de los recursos en función del medio y tipo de encuesta. Asignación de objetivos individuales y colectivos. Asignación de tiempos y cargas de trabajo a los encuestadores.
3. Elaboración del cuaderno de campo de los encuestadores. Distribución territorial de los encuestadores.
4. Localización y/o selección de los elementos de la muestra. Hojas de ruta.

Tema 29. EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO EN INVESTIGACIONES COMERCIALES.

1. Supervisión y control del trabajo de campo. Verificación de cuestionarios. Medidas para la corrección y validación de los cuestionarios.
2. Evaluación de la calidad del trabajo y desempeño de los encuestadores. Ratios de control.
3. Subsanación de errores. Informes de: evaluación, control de los encuestadores.
4. Aplicaciones informáticas para elaboración de informes.

Tema 30. DISEÑO DEL ESPACIO COMERCIAL.

1. El consumidor en el establecimiento comercial. Condicionantes internos del comportamiento del consumidor.
2. Condicionantes externos del comportamiento del consumidor.
3. Técnicas de merchandising. Puntos calientes y puntos fríos.
4. Normativa aplicable al diseño de espacios comerciales.

Tema 31. ELEMENTOS INTERIORES Y EXTERIORES UN ESTABLECIMIENTO COMERCIAL.

1. El ambiente del establecimiento. Los pasillos, las secciones, la disposición del mobiliario y la circulación por el interior de establecimiento.
2. Elementos exteriores del establecimiento. La fachada. La vía pública. La puerta y los sistemas de acceso.
3. El rótulo exterior, la iluminación exterior y el toldo y su colocación. El escaparate. El hall del establecimiento.
4. Normativa de seguridad e higiene.

Tema 32. PROYECTOS DE IMPLANTACIÓN DE ESPACIOS COMERCIALES.

1. Presupuesto de implantación del espacio comercial. Cronograma de implantación.
2. Recursos humanos y materiales necesarios. Costes de implantación.
3. Trámites administrativos en la implantación. Incidencias en la implantación y medidas correctoras.
4. Aplicaciones informáticas para la gestión de tareas y proyectos.

Tema 33. COMPOSICIÓN Y DISEÑO DE ESCAPARATES EN ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES.

1. El escaparate como herramienta de comunicación. La percepción y memoria selectiva.
2. La imagen. Asimetría y simetría.
3. Las formas geométricas. Principales composiciones.
4. Los colores en la composición de escaparates. Efectos de la iluminación en el escaparate.
5. Elementos de animación. Bocetos de escaparates.
6. Utilización y reutilización de materiales.
7. Programas informáticos de diseño y distribución de espacios.

Tema 34. MONTAJE DE ESCAPARATES.

1. Planificación de actividades. Materiales y medios. Cronograma.
2. Elaboración de presupuestos.
3. Cálculo de costes de mano de obra, recursos y equipamiento.
4. Cálculo de costes de mantenimiento y ambientación.
5. Ratios de control sobre la eficacia del escaparate. Ratios de atracción, convicción y efectividad.
6. Programas informáticos de gestión de tareas y proyectos.

Tema 35. IMPLANTACIÓN DEL SURTIDO EN EL PUNTO DE VENTA.

1. Funciones del lineal. Zonas y niveles del lineal.
2. Sistemas de reparto y de reposición del lineal.
3. Tipos de exposiciones del lineal. Lineal óptimo.
4. Tiempos de exposición según criterios comerciales y de organización.
5. Gestión de categorías de productos.

6. Los facings. Reglas de implantación de los facings.
7. Técnicas de manipulación de productos.
8. Organización del trabajo de implantación. Normativa aplicable a la implantación de productos.
9. Aplicaciones informáticas de optimización de lineales.

Tema 36. DISEÑO E IMPLANTACIÓN DE ACCIONES PROMOCIONALES EN EL PUNTO DE VENTA.

1. Público objetivo. Soportes de publicidad en el punto de venta.
2. Promociones de fabricante y de distribuidor. Promociones dirigidas al consumidor.
3. Tipología de clientes. Animación externa e interna. Animación de puntos calientes y fríos.
4. Indicadores visuales. Productos gancho y productos estrella.
5. Centros de atención e información en el punto de venta.
6. Mensajes promocionales. Señalética en el punto de venta.
7. Personal de promociones comerciales. Indicadores de rentabilidad.

Tema 37. UTILIZACIÓN DE LA RED INTERNET EN LA EMPRESA COMERCIAL Y DE TRANSPORTE.

1. Funcionamiento de la red Internet. Servidores y clientes.
2. El protocolo TCP/IP (Protocolo de Control de Transmisión/Protocolo de Internet). La World Wide Web.
3. Proveedores de servicios. Configuración del acceso.
4. Las intranets y las extranets.
5. Navegadores de Internet. Los buscadores en Internet.
6. El uso del correo electrónico en la empresa. Transferencia de archivos.
7. Servidores FTP (File Transfer Protocol, Protocolo de Transferencia de Archivos).

Tema 38. LA FACTURACIÓN ELECTRÓNICA Y OTRAS TAREAS ADMINISTRATIVAS REALIZADAS DE FORMA TELEMÁTICA.

1. Condiciones de utilización y normativa legal de la factura electrónica. Seguridad en la facturación electrónica.
2. La firma electrónica reconocida. Programas de facturación electrónica.
3. La banca electrónica.
4. Tramitación de documentos con la Seguridad Social y con la Agencia Tributaria.

Tema 39. SISTEMAS DE COMUNICACIÓN USADOS POR LAS EMPRESAS COMERCIALES Y DE TRANSPORTE EN LA RED.

1. Los grupos de conversación o Chat.
2. Servicio de mensajería instantánea.
3. Telefonía por Internet. Videoconferencia. Televigilancia.
4. Los Foros. Los grupos de discusión. Los Weblogs.
5. La Tecnología RSS (Rich Site Summary, syndicar o compartir contenido en la web).

6. Las redes sociales para empresas. Organización de eventos a través de las redes sociales.
7. Realización de encuestas. Búsqueda de grupos interesantes y creación de una red de contactos influyentes.
8. Comprar y vender en redes sociales. Programas informáticos auxiliares.

Tema 40. CREACIÓN O ADAPTACIÓN DE UN NEGOCIO ONLINE.

1. La Tienda Online. Gestión del Back End de la tienda online.
2. Idea y diseño de tienda virtual. Modelos de negocio digital.
3. Cómo elegir un buen dominio. Diagnóstico a partir del análisis del dominio y tipos de dominio.
4. Edad del dominio y dominios espejo.
5. Alojamiento de la Web en el servidor. Necesidades del servidor y geolocalización.

Tema 41. CONSTRUCCIÓN DE PÁGINAS WEB EN LAS EMPRESAS COMERCIALES Y DE TRANSPORTE.

1. Creación de una página Web y fases de lanzamiento. Estructura Cliente-Servidor.
2. Páginas estáticas y páginas dinámicas.
3. Estructurar una página Web. Lenguaje HTML (HyperText Markup Language, Lenguaje de Marcado de Hipertexto).
4. Dirección propia o gratuita. Publicación de páginas Web vía FTP (File Transfer Protocol, Protocolo de Transferencia de Archivos).
5. Elección del servidor para alojar páginas Web. Alta en buscadores.
6. Programas de diseño gráfico y otras utilidades para la Web.
7. Mantenimiento de la información publicada.

Tema 42. HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE LA TIENDA ONLINE.

1. Catálogo y contenidos. Gestión del Front End de la tienda online.
2. La usabilidad del website. El ambiente de compra.
3. Flujos de caja y financiación en el website.
4. Zonas calientes y zonas de usuario.
5. El carrito de la compra. Funcionamiento del carrito de la compra.
6. Las sesiones de usuario.

Tema 43. ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO EN MARKETING DIGITAL.

1. El email marketing, afiliación y campañas en sites afines.
2. Títulos y etiquetas en el posicionamiento en buscadores. Indexación y Sitemaps.
3. Buscadores locales. Selección de palabras clave.
4. Teoría de la especialización, del Long Tail, de la estacionalidad y de la longitud.
5. Recomendaciones y actos penalizados para alcanzar un buen posicionamiento. SEO (search engine optimization).
6. Realización de una campaña para alcanzar un buen posicionamiento SEM (Search engine marketing). Marketing online no intrusivo.

7. Análisis de estadísticas y medición de resultados.

Tema 44. DESARROLLO DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL NACIONAL E INTERNACIONAL.

1. Proceso de creación de una marca. Promoción online de la Web mediante buenos contenidos, copyleft, distribución de contenidos y TrustRank.
2. Análisis de estadísticas y medición de resultados.
3. Marketing de afiliación nacional e internacional.
4. Marketing relacional y gestión de la relación con los clientes (CRM). Cross marketing.
5. Marketing viral. Marketing one-to-one.
6. Gestión de la Logística y Fulfillment en el Comercio Electrónico.

Tema 45. MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS.

1. Conexión segura. Sistema de encriptación de clave pública es SSL (Secure Sockets Layer).
2. Clave simétrica, clave asimétrica, cifrado de clave única.
3. Firma. Certificados digitales. Encriptación.
4. Negocios electrónicos: e-shop, e-mail, e-procurement, e-marketplace, e-auction.
5. Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSI).

Tema 46. HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS USADAS EN LAS EMPRESAS COMERCIALES.

1. El ordenador. Componentes esenciales.
2. El sistema operativo. Configuración básica y utilidades.
3. Programas de autoedición. Programas de presentaciones.
4. Programas de facturación. Programas de almacenes y de gestión de terminales punto de venta.
5. Programas de hoja de cálculo, base de datos y procesador de textos
6. Programas de cartelería. Programas de gestión empresarial.
7. Instalación de software y periféricos en el TPV.
8. Configuración básica de una red doméstica.

Tema 47. LEGISLACIÓN Y NORMATIVA APLICABLE EN LA PUBLICIDAD.

1. La ley general de publicidad. Límites de la publicidad.
2. Publicidad sobre productos susceptibles de generar riesgos para la salud o seguridad de las personas o de su patrimonio.
3. Las agencias de publicidad. El contrato de publicidad. El contrato de difusión publicitaria. El contrato de creación publicitaria.
4. Derechos de autor. Contrato de patrocinio publicitario. El patrocinio televisivo.
5. Código deontológico de autorregulación publicitaria.

Tema 48. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD PERSUASIVA.

1. Tipos de publicidad. Estilos creativos de publicidad.
2. Creatividad gráfica en medios y soportes impresos. Creatividad Audiovisual.
3. Técnicas de Creatividad. Fases de un proceso creativo publicitario.
4. La dimensión persuasiva de la comunicación publicitaria. El briefing publicitario.
5. Los objetivos publicitarios. Definición del público objetivo.
6. El presupuesto publicitario. Fijación del calendario publicitario.

Tema 49. MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD.

1. Clasificación de los medios publicitarios.
2. Formas publicitarias específicas de la prensa diaria. Formas publicitarias específicas de las revistas, los suplementos y los dominicales.
3. Formas publicitarias específicas de la TV. Formas publicitarias específicas de la radio.
4. Formas publicitarias específicas del cine. Formas específicas de la publicidad exterior.
5. Formas específicas de la publicidad en el punto de venta (PLV). Formas específicas y de la publicidad directa.

Tema 50. GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA LA REALIZACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS PUBLICITARIOS.

1. Análisis de audiencias. Empresas especializadas en sondeos.
2. Paneles de consumidores y detallistas.
3. Estudio de perfiles, audiencias y coberturas de cada soporte publicitario. Estudio del briefing.
4. Análisis de la actividad publicitaria de la competencia.
5. Selección del público objetivo para cada medio publicitario. Las centrales de compras de medios.
6. Agencias de publicidad. Presentación de datos y resultados en soportes informáticos.

Tema 51. ELABORACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS PUBLICITARIOS.

1. Métodos de análisis multicriterio.
2. Cuadro de mando de una campaña en medios. Elaboración del plan de medios.
3. Selección de presupuestos. Estrategia de medios.
4. Selección de soportes Análisis de márgenes y de costes.
5. Métodos de medición de la efectividad publicitaria.
6. Ratios para el análisis de los resultados: Stats y Adstock. Ratios de efectividad online y offline.

Tema 52. EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS PUBLICITARIOS.

1. Órdenes de cursaje de emisión. Las agencias y centrales de medios en la difusión y ejecución del plan.

2. Cuadro de mando y control de una campaña. Relación con proveedores offline y online.
3. Control de medios escritos. Instrumentos de control en televisión y radio.
4. Seguimiento de las campañas en Internet. Control de frecuencia, tiempos y condiciones pactadas.
5. Actuación en caso de incumplimiento. Control de los sucesos mediante herramientas informáticas.
6. Elaboración de informes con herramientas informáticas.

Tema 53. SOPORTES DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD.

1. La imagen corporativa de la empresa. Creación de la imagen del producto y/o servicio de la empresa.
2. Diseño del etiquetado del producto. Diseño del envase. Diseño del embalaje secundario y embalaje terciario.
3. Características de los soportes utilizados en el exterior. Materiales de comunicación publicitaria.
4. Soportes utilizados en el exterior. Soportes publicitarios en el mobiliario urbano. Diseño multimedia. Diseño multimedia en Internet.
- 5.

Tema 54. OBTENCIÓN Y PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN PARA LA ELABORACIÓN DE MATERIALES DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

1. Fuentes de información offline y online.
2. Búsqueda online de datos e imágenes. Normas de uso y copyright de datos e imágenes online y offline.
3. Preparación de contenidos. Manual de estilo e identidad corporativa de la organización.
4. Empresas de seguimiento de prensa y de servicios de monitorizaje de medios audiovisuales.
5. Aplicaciones informáticas de edición y almacenamiento de la información.
6. Generación de hemerotecas y archivos personalizados.

Tema 55. HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS USADAS EN LA ELABORACIÓN DE MATERIALES DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD.

1. Programas informáticos de presentaciones gráficas.
2. Programas generalistas para la elaboración de material publicitario.
3. Programas específicos de diseño gráfico.
4. Programas para maquetación y composición de textos.
5. Programas específicos de manipulación de imágenes.
6. Aplicaciones específicas de diseño Web.

Tema 56. DIFUSIÓN DEL MATERIAL DE COMUNICACIÓN.

1. Objetivos publicitarios. Presupuesto de publicidad.
2. Planificación temporal de las inserciones publicitarias. Tipos de calendarios de inserciones.

3. Factores de la planificación temporal. Intensidad y frecuencia de la exposición.
4. Público objetivo, perfil de la audiencia. Adecuación del medio publicitario al producto o servicio.
5. Alcance de los diferentes medios publicitarios. Sistemas de medición de audiencias.
6. Coste por soporte y por contacto útil. Cobertura y distribución de soportes e indicadores derivados.
7. Indicadores de rentabilidad.
8. Proveedores de marketing directo.

Tema 57. HERRAMIENTAS PUBLICITARIAS UTILIZADAS EN INTERNET.

1. Formatos gráficos digitales. Banners.
2. Ventanas emergentes. Rich media. Spots.
3. Publireportajes. Promos publicitarias en videos de Internet. Boletines electrónicos.
4. Marketing directo. Mailing personalizado.
5. Permission marketing. Newsletter.
6. Publicidad gratuita en buscadores. Publicidad en redes sociales.
7. Compra de palabras en buscadores. Anuncios en páginas no solicitadas.
8. Anuncio editorial. Patrocinios.
9. Páginas web corporativas. Web 2.0

Tema 58. ORGANIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN DE CONSUMO.

1. Técnicas de búsqueda de información en materia de consumo. Tratamiento y archivo de la información.
2. Elaboración de documentación de síntesis. Comunicación escrita en materia de consumo.
3. Organización de centros de información y atención al consumidor/usuario.
4. Creación y actualización de bases de datos para el tratamiento y organización de la información en materia de consumo.
5. Formas de acceso a la información y consulta de bases de datos por el usuario. Instituciones y organismos con competencias en materia de consumo

Tema 59. SERVICIOS DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE.

1. Los servicios postventa y de satisfacción y atención al cliente. Garantías.
2. Servicio de recambios y repuestos, de asistencia técnica y reparaciones.
3. Gestión de quejas y reclamaciones de clientes. Técnicas de resolución de reclamaciones. Mediación y arbitraje.
4. Derechos del consumidor y usuario, normativa e instituciones.
5. Organización del departamento de atención al cliente en una empresa.
6. Gestión de las relaciones con clientes. Sistemas de información y herramientas de gestión de la relación con clientes (CRM).

7. El proceso de comunicación en las relaciones comerciales de la empresa u organización. Barreras y filtros a la comunicación. Información y asesoramiento al cliente.
8. Estrategias y programas de fidelización de clientes.
9. Evaluación y control de la eficacia del servicio

Tema 60. GESTIÓN COMERCIAL INMOBILIARIA.

1. Análisis del mercado inmobiliario. Sistemas de gestión comercial inmobiliaria.
2. Técnicas de captación de inmuebles. Estimación del valor y renta de inmuebles.
3. Comercialización de productos inmobiliarios. Técnicas de promoción de inmuebles.
4. Operativa comercial inmobiliaria. Normas y procedimiento jurídico de las operaciones inmobiliarias.
5. Tributación de las operaciones inmobiliarias. Financiación de las operaciones inmobiliarias.
6. Técnicas de intermediación en el asesoramiento de operaciones inmobiliaria.