GESTIÓN DE COMPRAS EN EL PEQUEÑO COMERCIO

SKU: EVOL-3323-VTP-A | **Categorías:** Comercio y Marketing, Comercio y Marketing, COMERCIO Y MARKETING, Marketing, Publicidad y Comunicación

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas 75

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Gestión de compras en el pequeño comercio

Objetivos

- Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento del pequeño comercio.
- En concreto el alumno será capaz de: Determinar las necesidades de compra y reposición de productos de pequeños comercios a partir de distintos escenarios de previsión de ventas tendencias capacidad del punto de venta rotación stock disponible y coste de distintos tipos de productos.
- Aplicar técnicas de compra en la selección de proveedores y negociación de las condiciones de adquisición del surtido de productos de pequeños comercios.
- Elaborar la documentación relativa al proceso de aprovisionamiento de productos especificando cantidades y condiciones de suministro y procedimientos de tramitación utilizados habitualmente con proveedores y centrales de compra en pequeños comercios.
- Aplicar técnicas de organización y gestión en el aprovisionamiento y almacenaje de productos en pequeños comercios que aseguren la capacidad de respuesta y conservación del surtido de productos utilizando aplicaciones ofimática específicas.
- Analizar la rentabilidad de productos-tipo de pequeños comercios utilizando ratios e indicadores sencillos de ventas manteniendo y actualizando un surtido de productos competitivo de calidad e innovador.

Contenidos

UD1. Planificación de compras en el pequeño comercio.

1.1. Objetivos de planificación.

1.2. Fases del ciclo de compras.

1.3. Criterios de aprovisionamiento en el pequeño comercio.

1.4. Previsión de compras y ventas.

1.5. Ratios de gestión de pedidos y control de stocks.

UD2. Técnicas de negociación con proveedores.

2.1. Acuerdos con proveedores: el contrato de suministro.

2.2. Técnicas de comunicación y negociación con proveedores.

2.3. Instrumentos de negociación con proveedores.

2.4. Centrales de compra.

2.5. Internet como herramienta de búsqueda de proveedores y canal de compra.

UD3. Gestión administrativa de pedidos.

3.1. Realización de pedidos a través de medios presenciales y telemáticos.

3.2. Especificaciones de producto.

3.3. Ofertas.

3.4. Detección de errores en el proceso de compra y realización de ajustes.

3.5. Organización material y administrativa de la documentación.

UD4. Almacenaje y gestión del aprovisionamiento del pequeño comercio.

4.1. Organización del almacenaje en pequeños comercios.

4.2. Recepción de mercancías y productos.

4.3. Sistemas de codificación de productos.

4.4. Gestión de stocks.

4.5. Recuento e inventario de productos.

4.6. Aplicaciones ofimáticas de aprovisionamiento y almacén para pequeños comercios.

UD5. Análisis y gestión del surtido de productos en el pequeño comercio.

5.1. Seguimiento y gestión de ventas.

5.2. Ratios para la gestión de productos.

5.3. Detección de productos obsoletos y poco rentables.

5.4. Incorporación de innovaciones y novedades a la gama de productos.

Tal vez te interese este curso: Gestión de compras en el pequeño comercio

O quizá este otro: Escaparatismo en el pequeño comercio

Síguenos en: Instagram