



EXHIBICIÓN DE MERCADERIAS PARA LOCALES COMERCIALES (5 y 6 de abril)

Objetivo del curso

Este curso cuenta con herramientas de Layout, Merchandising y Exhibición de Mercaderías. Su objetivo es brindar a los participantes las técnicas necesarias para hacer un uso eficiente de los espacios que se disponen en un local; incentivar la compra por impulso; generar ambientes atractivos.

Si el local se ordena en forma correcta, nos aseguramos al máximo la posibilidad de que los clientes lo recorran en su totalidad, y si está ordenado en forma atractiva, estaremos generando además el deseo de los mismos a comprar más de lo planificado, mejorando así el ticket promedio y por tanto la rentabilidad de la empresa.

Metodología

El curso contará con combinaciones teórico-prácticas. Para la realización de estas actividades nos basaremos en el análisis de fotografías y si fuera posible previa coordinación con algunos de los empresarios participantes se llevará a cabo una visita a diferentes formatos comerciales con el propósito de visualizar in situ los conceptos tratados durante el curso.

Dirigido a: Propietarios, Encargados y personal responsable de la exhibición en local.

Carga Horaria: 12 horas

Programa

1. Reseña Histórica

- Diferentes tipos de comercios
- Diferentes tipos de venta

2. Motivos de realizar una buena exhibición

- Aumento de las ventas
- Comodidad para el cliente
- Adecuarse a los cambios

3. Indicadores de una buena exhibición

- Diseño del local
- Circulación del cliente por todo el local
- Venta equilibrada de todos los productos
- Ubicaciones a tener en cuenta

4. Ubicaciones de los productos: cómo y por qué

- Familias de productos
- Servicios



- Atención al cliente

5. EL Cliente en el Local

- Factores para lograr la satisfacción del cliente.
- Causas de clientes insatisfechos. Las quejas más frecuentes.
- Preferencia de los consumidores.
- Frecuencia de compra lógica.
- Comportamiento del consumidor en locales de venta. Determinación del tipo de compra: impulsiva, rutinaria y de stock.

Docente: Lic. Lourdes Reginensi

Dictado por CAMBADU

CURSO GESTIÓN COMERCIAL PARA PYMES (17, 18, 24 ,25 MAYO)

Se pretende que, al finalizar el curso, el asistente:

- A) Sea capaz de efectuar un análisis globalizador de las variables mercadotécnicas, sus características, importancia e interrelación mutua y con el funcionamiento del resto de las áreas funcionales de una empresa.
- B) Entienda el nuevo concepto de ventas como parte del proceso de comercialización.

Programa Sintético

1ra. Parte - Evolución del concepto de comercialización.

2da. Parte - Las funciones gerenciales del marketing

3ra. Parte - El mercado - Segmentación – Estrategias - Posicionamiento

4ta. Parte - El producto - La combinación de producto - Producto tangible, ampliado y genérico - Políticas de marcas

5ta. Parte - El precio - Los precios y las funciones de demanda, costos e ingresos.

Criterios de fijación de precios. Ingreso marginal y elasticidad.

6ta. Parte - La distribución - canales de distribución. Naturaleza y tipos de canales e intermediarios - Funciones de la cadena de distribución.

7ma. Parte – Promoción – Publicidad - Las nuevas herramientas: medios 2.0 - Redes Sociales, ventajas y desventajas de su uso.

8va. Parte - Las Empresas de Servicios – Naturaleza y características de un servicio. La importancia del capital humano en las empresas de servicios.

9na. Parte – Atención al cliente – Tipos de Cliente – Fidelización.



El curso se desarrollará en base a una metodología dinámica que combine elementos teóricos y un trabajo práctico, y que capacite al asistente en la toma de decisiones. Se aplicarán los conceptos brindados a experiencias prácticas realizadas por el docente en empresas del litoral argentino-uruguayo y a los casos que planteen los concurrentes. Se realizarán, en la medida de lo posible, ejercicios de aplicación de los conceptos desarrollados en el programa, con énfasis en la utilización de la metodología de casos, cuando ésta resulte aplicable. Trabajo individual o en grupo (Se abordará un caso empresario real o ficticio donde se aplicarán las herramientas aprendidas. Análisis de viabilidad del negocio y punto de equilibrio.)

Docente: Lic. Luis Morera

Dictado por Rafaela Comunicación

GESTIÓN CONTABLE Y FINANCIERA PARA MYPES (28 y 29 de junio)

Objetivos

Este curso tiene por objetivo lograr que el empresario conozca y aplique los elementos y herramientas básicas para una eficiente planificación y gestión contable- financiera. Finalizado el curso el participante podrá entre otras muchas otras cosas- elaborar un presupuesto y un flujo de caja, calcular el capital de giro que necesita para funcionar, conocer el punto de equilibrio de su empresa, su capacidad de endeudamiento, las distintas fuentes de financiamiento a las que puede acceder y el costo real de las mismas.

Metodología

Enfoque expositivo teórico con una importante cantidad de ejercicios prácticos aplicados a la realidad de cada pymes participante.

Dirigido a: Propietarios y Encargados

Carga Horaria: 12 horas

Programa

Módulo 1.- Los estados contables como fuente de información indispensable

1.- Los Costos

- Definición.
- Criterios de clasificación. Componentes.
- Costo unitario: forma de cálculo.
- Métodos de costeo.
- Contabilidad de costos.

2.- Punto de equilibrio



- Concepto.
- Punto de equilibrio económico y financiero. Forma de cálculo.

3.- Margen

- Concepto
- Forma de cálculo.
- Margen sobre costos y ventas.

Módulo 2.- Gestión Financiera

1.- Elecciones financieras

- Fuentes y Usos de fondos
- Para qué necesita dinero un negocio?
- El capital de trabajo
- Fuentes de financiamiento de la empresa
- Fuentes de financiamiento internas
- Fuentes de financiamiento externas

2.- Modalidades de obtención de fondos

- Principales elementos a tener en cuenta en el momento de gestionar la obtención de fondos
- Costos adicionales en la obtención de un crédito
- Garantías que exigen las Instituciones Financieras

3.- Estructura de Financiamiento de la Empresa

- Elemento del Análisis Financiero
- Índices financieros
- Tipos de índices

4.- Tecnología Crediticia orientada al Sector Emprendedurismo

- Metodología Aplicada por las Instituciones Financieras (Análisis de la Unidad Familia-Empresa)
- Relaciones crediticias de corto, mediano y largo plazo..
- Sistemas de Garantías (Garantías reales, prendarias, solidarias) y Sustitución de Garantías por Análisis de Riesgo.

5.- Sistema Formal e Informal de Crédito

- Requisitos del Sistema Formal para el acceso a financiamiento de los micro y pequeños emprendimientos.
- Ventajas y Desventajas de los sistemas.
- Documentación solicitada por Entidades de financiamiento al sector.

6.- Ejemplos prácticos de acceso a financiamiento.

Docente: Lic. Federico Michelotti

Dictado por CAMBADU

