

La gestión del marketing, producción y calidad en las PYMEs

Modalidad: Teleformación

Duración: 40 horas

Objetivos

- Conocer el concepto estructural y funcional de una empresa.
- Aprender cuál es la forma y los elementos utilizados en la estrategia de venta a través del marketing.
- Reconocer los procesos de producción y gestión de calidad.
- Tener conocimiento de las normas establecidas para el manejo de la empresa y la gestión de calidad.

Índice

1	La empresa.
1.1	Introducción
1.2	El concepto de empresa.
1.3	La estrategia empresarial.
1.4	Funciones de la empresa.
1.5	Clasificación de las empresas.
1.6	La estructura organizativa de la empresa.
1.6.1	Tipos de estructura de la empresa.
1.7	El organigrama.
2	El marketing como herramienta de gestión.
2.1	Introducción.
2.2	El concepto de marketing.
2.3	El plan de marketing.
2.4	Análisis de la empresa y de su entorno.
2.5	Definición de objetivos.
2.6	Control de objetivos.
2.7	Políticas de marketing-mix.
2.8	Herramientas de la comunicación.
3	La producción en las pymes.
3.1	¿qué es un proceso?
3.2	Partes de un proceso.
3.3	Características del proceso
3.4	La logística.

- 4 Gestión de la calidad.**
- 4.1 Introducción.
- 4.2 ¿qué es la calidad?
- 4.3 Ventajas de la calidad total en las pymes.
- 4.4 Cómo ahorrar costes con la calidad.
- 4.4.1 Concepto de coste.
- 4.4.2 Costes de la no calidad.
- 4.5 El modelo europeo de la calidad total.
- 4.6 Las normas ISO 9000.
- 4.7 Gestión medioambiental.
- 4.8 Cómo se certifica una pyme.
- 4.9 Certificación I+D+I