

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