



## ÁREA: MARKETING Y PUBLICIDAD

### LA GESTIÓN DEL MARKETING, PRODUCCIÓN Y CALIDAD EN LAS PYMES

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:

##### TEMA 1. LA EMPRESA

- 1.1. Introducción
- 1.2. El concepto de empresa
- 1.3. Funciones de la empresa
- 1.4. Tipos de empresa: clasificación
- 1.5. La estructura organizativa de la empresa
- 1.6. El organigrama

##### TEMA 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 planes y objetivos
- 2.7. Políticas de marketing mix
- 2.8. Herramientas de la comunicación



### **TEMA 3. LA PRODUCCIÓN EN LAS PYMES**

- 3.1. Introducción
- 3.2. ¿Qué es un proceso?
- 3.3. Las partes de un proceso
- 3.4. Características del proceso
- 3.5. La logística

### **TEMA 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
- 4.5. El modelo europeo de calidad total
- 4.6. Las normas ISO 9000 y la gestión medioambiental (ISO 14000) en la PYME
- 4.7. Cómo se certifica una PYME
- 4.8. Certificado I+D+I