

Athenea Virtualis



Curso: Dirección y Gestión de Centros Comerciales y de Ocio

Fecha de inicio: Este curso admite matriculaciones a lo largo de todo el año

Duración: 450 horas lectivas / 7 meses

Precios: 585 € (bonificado para asalariados). Precio para desempleados (395 €). Precio para residentes en Latinoamérica (295 €)

INFORMACIÓN BÁSICA

➤ **Descripción del curso**

Los centros comerciales y de ocio han proliferado en nuestras ciudades en los últimos años. Pero hemos pasado de un éxito garantizado de los centros

comerciales por su novedad y falta de competencia, a una situación de competencia entre centros comerciales e incluso saturación en algunas ciudades. Esto lleva a la necesidad de colocar al frente de estos centros comerciales a verdaderos expertos en la gestión y dirección de los mismos.

La demanda de profesionales especializados en esta área de gestión es una realidad y seguirá en aumento en los próximos años.

➤ **¿Cuál es el objetivo del curso?**

El curso de Dirección y Gestión de Centros Comerciales pretende formar a especialistas capaces de asumir todas las competencias propias de un director en áreas como los recursos humanos, marketing y publicidad, gestión económica, subcontratación de empresas de servicios, estudios de viabilidad, ventas y gestión de clientes de un centro comercial y de ocio.

Entre las funciones de un director o de un miembro del equipo de dirección de un centro comercial y de ocio destacamos las siguientes:

- Viabilidad previa al inicio de la actividad de un centro comercial
- Contratación y gestión de los recursos humanos propios
- Subcontratación de personal a través de empresas externas
- Gestión de los alquileres, traspasos y ventas de los locales comerciales (comercios, restaurantes, cines, boleras, etc.)
- Gestión de las franquicias
- Contratación de empresas de servicios (mantenimiento, limpieza, seguridad, etc.)
- Campañas de publicidad y de marketing en el centro comercial
- Estudio y fidelización de la clientela
- Captación de nuevos clientes
- Gestión económica del centro comercial
- Etc.

➤ **¿A quién está destinado este curso?**

Este curso está destinado a aquellas personas que deseen trabajar en el área directiva y de gestión de un centro comercial y de ocio. Si bien no es necesario tener una formación previa, sí que el mercado laboral valora la formación o los conocimientos previos básicos en alguna de las siguientes disciplinas: economía, dirección de empresas, marketing, publicidad, relaciones públicas, gestión de recursos humanos, estudios de mercado, contabilidad, administración y similares.

➤ **¿Cuánto dura el curso?**

El curso completo dura 450 horas lectivas. Los alumnos disponen de 7 meses para finalizarlo. La media de horas de dedicación semanal es de alrededor de 4 horas.

➤ **¿Es posible contar con prórrogas de tiempo para finalizar el curso?**

Sí. Basta con que el alumno lo comunique durante al menos quince días de antelación a la conclusión del curso.

➤ **¿Cuándo comienza el curso?**

Cuando el alumno lo desee. Para adaptarnos a las circunstancias personales de cada alumno, hemos establecido el sistema de matrícula abierta durante todo el año. Cuando el alumno se matricula, dispone de seis meses para concluir el curso.

➤ **¿Es posible finalizarlo antes de los 7 meses?**

Sí es posible. Para ello el alumno le deberá dedicar algo más de tiempo cada semana y presentar el examen cuando se considere preparado.

➤ **¿En qué modalidad se imparte el curso?**

El curso se imparte en la modalidad On-line. No es necesaria la conexión diaria. Cada alumno lleva su propio ritmo según el tiempo disponible.

➤ **¿Qué ventaja presenta la modalidad online?**

Entre las ventajas de un curso online tienes las siguientes:

- Matrícula más barata que en los cursos presenciales
- Libertad total de horarios (no es necesario acudir a clase cada día ni a horas previamente establecidas)
- No es necesario desplazarse a otro lugar para hacer el curso con el correspondiente ahorro de tiempo y dinero
- El alumno puede organizarse su tiempo libremente
- El alumno puede estudiar desde cualquier lugar gracias a los dispositivos móviles de internet
- El alumno puede contactar con los tutores por correo electrónico o mediante el foro del aula virtual a cualquier hora del día
- La modalidad online permite la participación de alumnos de otras ciudades y países.

➤ **¿Cuál es la metodología del curso?**

El curso cuenta con varios temas insertados en el aula virtual en formato pdf. Este material puede ser descargado y/o impreso para ser estudiado sin necesidad de acceder al aula.

Además el curso consta de otros documentos adicionales de apoyo como material de consulta, así como varios vídeos tutoriales.

➤ **¿Cuánto cuesta el curso?**

El curso cuesta 585 €. Disponemos de las siguientes becas:

- 35 % de descuento para desempleados, quedando la matrícula en 380 €.
- 50% de descuento para alumnos que participen desde Latinoamérica, quedando la matrícula en 295 €.

➤ **¿De qué maneras puedo pagar el curso?**

- Ingreso en cuenta bancaria o transferencia

El pago se realizará en la cuenta de BBVA nº 0182 6368 02 0201517478.

Para operaciones desde fuera de España:

Banco: BBVA

IBAN: ES95 0182 6368 0202 0151 7478

BIC (SWIFT): BBVAESMMXXX

- Mediante Paypal

➤ **¿Es posible aplazar los pagos de la matrícula?**

Sí. El alumno puede pagar la mitad de la matrícula en cualquier momento y la otra mitad el mismo día en que desea comenzar el curso.

➤ **¿Cuál es el procedimiento de matriculación?**

- Rellenar el formulario de matriculación (**en <http://www.athenea-virtualis.com>**)
- Abonar la matrícula
- Revisar el correo electrónico donde se recibirán las claves de acceso al campus virtual

➤ **¿Cómo es el examen para superar el curso?**

Al final del curso, el alumno tiene que superar un cuestionario con varias preguntas. El alumno dispondrá de varios intentos para realizar el cuestionario.

➤ **¿Me otorgan algún diploma al concluir el curso?**

Los alumnos que participen y concluyan con éxito este curso recibirán un diploma-certificado que acredita la superación del curso por parte del alumno. Este diploma tiene validez para adjuntarse al currículum u hoja de vida del alumno. Al ser los tutores del curso personal con amplia experiencia en este sector y al tener ATHENEA VIRTUALIS el reconocimiento como centro

acreditado de formación especializado, nuestros diplomas tienen validez en España y en Latinoamérica.

➤ **¿Cuál es el temario y el contenido del curso?**

MÓDULO I. GESTIÓN DE UN CENTRO COMERCIAL (250 horas)

1. Gestión Integral de Centros Comerciales
2. Análisis de viabilidad previos a la instalación de un Centro Comercial
3. Marketing específico para Centros Comerciales
4. Gestión comercial de un Centro Comercial
5. Estudio de funcionamiento de un Centro Comercial
6. Segmentación de la clientela en un Centro Comercial
7. Gestión de la fidelización de clientes
8. Gestión del área de ocio (cines, boleras, restaurantes, etc.)
9. Gestión económica y operacional de un Centro Comercial
10. El *Facility Management* en Centros Comerciales
11. Contratos de mantenimiento de un Centro Comercial
12. Selección de las empresas de servicios de mantenimiento de un Centro Comercial
13. Gestión técnica inmobiliaria de un Centro Comercial (arrendamientos y trasposos de locales comerciales y de ocio)
14. Gestión de recursos humanos de un Centro Comercial (personal propio y personal externo)
15. Los Centros Comerciales y el régimen de propiedad horizontal
16. Los Centros Comerciales y la legislación sobre arrendamientos
17. Las franquicias y las exclusivas en los Centros Comerciales

MÓDULO II. MARKETING PARA DIRECTIVOS (75 horas)

1. Estrategias de Marketing
 - 1.1 Concepto de Mercado
 - 1.2 Posicionamiento en el mercado
 - 1.3 Segmentación del mercado
 - 1.4 Estrategias de selección
 - 1.5 Mercado objetivo
 - 1.6 Estrategias de obtención de ventajas competitivas
 - 1.7 Estrategias frente al mercado y la competencia
 - 1.8 Estrategias de crecimiento
 - 1.9 Estrategias de expansión
 - 1.10 Estrategia de benchmarking
 - 1.11 Estrategia de lanzamiento de nuevos productos
2. Estrategia de Precios Competitivos
 - 2.1 Diferenciación de producto
 - 2.2 Tipos de mercado y su relación con los precios
 - 2.3 Fijación de precios

- 2.4 Umbral de rentabilidad
 - 2.5 Estrategias de precio
 - 2.6 Fijación de precios en empresas distribuidoras: política de precios y las rebajas
3. Control de Precios
- 3.1 Control empresarial de precios
 - 3.2 Normas en materia de descuentos
 - 3.3 Las condiciones de venta
 - 3.4 Mantenimiento de precios
 - 3.5 Experimentación en la fijación de precios
4. Análisis del Consumidor y del Mercado
- 4.1 La conducta del consumidor
 - 4.2 Conductas improductivas
 - 4.3 La investigación de mercado
 - 4.4 El test proyectivo
 - 4.5 Otras técnicas de investigación de mercados
5. Fases del Estudio del Mercado
- 5.1 Concepto de mercado
 - 5.2 Estudios de mercado
 - 5.3 Inicio de la investigación comercial
 - 5.4 Ámbito de aplicación
 - 5.5 Los objetivos de la investigación comercial
 - 5.6 Integración en los procesos de planificación
 - 5.7 Organización de la investigación de mercado
 - 5.8 Modelos de investigación comercial
 - 5.9 Proyecto de investigación de mercados
 - 5.10 Fases operativas de un estudio de mercado
 - 5.11 El cuestionario como herramienta de un estudio
 - 5.12 Norma para la redacción de un cuestionario estándar
 - 5.13 Tipos de preguntas a formular en los cuestionarios
 - 5.14 Etapas en la redacción del cuestionario
 - 5.15 Oferta y demanda
 - 5.16 Estudio de la competencia
 - 5.17 Negociación
 - 5.18 Investigación internacional de mercado
 - 5.19 Desarrollo del mercado internacional y desarrollo del mercado europeo (C.E.E.).
6. Técnicas y Prospección del Mercado
- 6.1 La investigación de mercado
 - 6.2 Diseño del método de investigación estadística
 - 6.3 Métodos cualitativos
 - 6.4 La entrevista
 - 6.5 Encuesta telefónica
 - 6.6 Las técnicas de grupo

- 6.7 Brainstorming
- 6.8 Base de datos

- 7. Métodos de Estimación del Muestreo
 - 7.1 Métodos cuantitativos
 - 7.2 Muestreo estadístico
 - 7.3 Método de estimación
 - 7.4 Método de prueba de hipótesis
 - 7.5 Modelos utilizados en previsión de ventas

- 8. Plan de Marketing
 - 8.1 Plan de Marketing de la Empresa
 - 8.2 Turbulencia del Entorno
 - 8.3 Fases del Diseño del Plan de Marketing
 - 8.4 Factores que determinan la Eficacia de la Estrategia
 - 8.5 Establecimiento de Objetivos
 - 8.6 Desarrollo de Planes de Acción
 - 8.7 Recogida y Análisis de Datos
 - 8.8 Elaboración del Presupuesto
 - 8.9 Planificación por Escenarios
 - 8.10 Sistemas de Control
 - 8.11 Cronograma de Actividades
 - 8.12 Marketing Estratégico y Marketing Mix

- 9. Aspectos Generales del Comercio Electrónico
 - 9.1 Normativa sobre Comercio Electrónico
 - 9.2 Definiciones
 - 9.3 Objeto y Ámbito del Aplicación de la LCE
 - 9.4 Principio de libre Prestación de Servicios
 - 9.5 Obligaciones de los Prestadores de Servicios de sociedad de la Formación

MÓDULO III. DIRECCIÓN COMERCIAL Y VENTAS (35 horas)

- 1. Estrategia Comercial
 - 1.1 Estrategia comercial y planificación comercial
 - 1.2 Departamento de planificación comercial
 - 1.3 Las nuevas estrategias comerciales
 - 1.4 La gestión del cambio del área comercial
 - 1.5 Medición estratégica del cambio
 - 1.6 Eficacia comercial
 - 1.7 Sistemas de coaching
 - 1.8 La dirección estratégica de las PYMES

- 2. El Plan de Ventas
 - 2.1 Evolución de la Función Comercial
 - 2.2 Tendencias Dominantes

- 2.3 Planificación de Ventas
 - 2.4 Previsión de Ventas
 - 2.5 Cuotas de Ventas
 - 2.6 Plan de Desarrollo Comercial
 - 2.7 Implicación del Equipo Comercial en la Planificación
 - 2.8 Planificación del Trabajo con los Grandes Clientes
 - 2.9 El Mando Intermedio en Ventas
 - 2.10 Técnicas de Dirección
3. Organización Comercial
- 3.1 La organización comercial
 - 3.2 Estructura de la organización comercial
 - 3.3 Organización del equipo de ventas
 - 3.4 Formas de organizar la red de ventas
 - 3.5 Dimensionamiento de la fuerza de ventas
 - 3.6 Zona y territorio de ventas
 - 3.7 Rutas de ventas
4. Dirección de Ventas
- 4.1 Dirección de Ventas
 - 4.2 Gestión y Técnicas de Ventas
 - 4.3 Coordinación entre Canales y Ventas
 - 4.4 Trade Marketing
 - 4.5 El Jefe de Ventas como Formador de Vendedores
 - 4.6 La Supervisión
 - 4.7 Observación de la Entrevista de Ventas
 - 4.8 Análisis Posterior a la Entrevista
 - 4.9 El Plan de Acción y la Supervisión
5. Promoción de Ventas
- 5.1 Concepto de promoción de ventas
 - 5.2 Posición y funciones de la promoción de ventas
 - 5.3 Necesidad de la promoción de ventas
 - 5.4 Tipos de promoción
 - 5.5 Acciones y técnicas de promoción de ventas
 - 5.6 Inconvenientes de la promoción
6. Técnicas de Promoción
- 6.1 Promoción en el punto de venta
 - 6.2 Ventas con prima
 - 6.3 Reducción de precios
 - 6.4 Principales incentivos promocionales
 - 6.5 Animación de vendedores
 - 6.6 Campañas de promoción

- 7. Merchandising
 - 7.1 El punto de venta y el merchandising
 - 7.2 Bases para la ubicación de establecimientos comerciales
 - 7.3 Escaparatismo
 - 7.4 Implantación por secciones
 - 7.5 Análisis de la rentabilidad
 - 7.6 Promoción en punto de venta

MÓDULO IV. RECURSOS HUMANOS (45 horas)

- 1. Planificación de Plantillas
 - 1.1 Planificación de Recursos Humanos
 - 1.2 Evolución de la plantilla
 - 1.3 Planificación a Corto Plazo
 - 1.4 Planificación de Plantillas a Medio y Largo Plazo
- 2. Dimensionamiento
 - 2.1 Optimización de la Plantilla
 - 2.2 Análisis Previsional
 - 2.3 Sistemas de Previsión
 - 2.4 Análisis Cuantitativo
 - 2.5 Dimensionamiento Cualitativo
- 3. Definición de Puestos y Funciones
 - 3.1 Estrategia de Definición
 - 3.2 Definición de Puestos
 - 3.3 Definición de posiciones organizativas
 - 3.4 Factores en la definición de puestos
 - 3.5 Características de los puestos directivos
- 4. Retribución
 - 4.1 Necesidad de una Política de Retribución
 - 4.2 Estructura Salarial
 - 4.3 Retribuciones Variables
 - 4.4 Retribución de Directivos
- 5. Selección de personal
 - 5.1 Selección de Personal
 - 5.2 Nuevos Puestos y Competencias
 - 5.3 Modelo de Competencias
 - 5.4 Política de Selección
 - 5.5 Pasos y Técnicas de Selección
- 6. Motivación
 - 6.1 Motivación y Comportamiento
 - 6.2 Posturas ante el trabajo
 - 6.3 Motivación en el trabajo

Atenea Virtualis

- 6.4 Teorías de la motivación en el trabajo
 - 6.5 Insatisfacción y No Satisfacción
 - 6.6 Motivación Individual
 - 6.7 Técnicas de Motivación
- 7. Código de Recompensas
 - 7.1 Código de Recompensas
 - 7.2 Criterios para Establecer un Sistema Retributivo
 - 7.3 Sistema de Retribución
 - 7.4 Política Retributiva
 - 7.5 La Disciplina

MÓDULO V. CONTABILIDAD PARA DIRECTIVOS (45 horas)

- 1. Gestión Contable
 - 1.1 Contabilidad y Gestión Empresarial
 - 1.2 Registros Contables
 - 1.3 Proceso Contable
 - 1.4 Estructura del Plan General de Contabilidad
 - 1.5 Marco conceptual
 - 1.6 Normas del Registro y Valoración
 - 1.7 Cuentas Anuales y Memoria
 - 1.8 Cuadro de Cuentas
 - 1.9 Definiciones y relaciones contables
- 2. Inmovilizado
 - 2.1 Esquema de las Masas del Balance
 - 2.2 Activo No Corriente
 - 2.3 Inmovilizado Intangible
 - 2.4 Inmovilizado Material
 - 2.5 Inversiones Inmobiliarias
 - 2.6 Inmovilizaciones Materiales en Curso
 - 2.7 Deterioro de valor de Activos no corrientes
- 3. Amortización del Inmovilizado
 - 3.1 Concepto de Amortización
 - 3.2 Normas de Amortización del Inmovilizado
 - 3.3 Amortización del Inmovilizado Material
 - 3.4 Métodos de Amortización del Inmovilizado Material
 - 3.5 Amortización del Inmovilizado Intangible
 - 3.6 Planes de Amortización
- 4. Cuentas de Gastos
 - 4.1 Concepto
 - 4.2 Servicios Exteriores
 - 4.3 Tributos
 - 4.4 Gastos de Personal
 - 4.5 Otros Gastos de Gestión

- 4.6 Gastos Financieros
- 4.7 Pérdidas procedentes del Activo no Corriente y Gastos Excepcionales
- 4.8 Dotaciones del ejercicio para Amortización
- 4.9 Pérdidas por Deterioro y otras Dotaciones

- 5. Cuentas de Ingresos
 - 5.1 Concepto de Cuentas de Ingresos y Ventas
 - 5.2 Variación de Existencias
 - 5.3 Trabajos Realizados para la Empresa
 - 5.4 Subvenciones
 - 5.5 Donaciones y Legados
 - 5.6 Otros Ingresos de Gestión
 - 5.7 Ingresos Financieros
 - 5.8 Beneficios Procedentes de Activos No Corrientes e Ingresos Excepcionales
 - 5.9 Excesos y Aplicaciones de Provisiones y de Pérdidas por Deterioro
 - 5.10 Gastos Imputados al Patrimonio Neto (Grupo 8)
 - 5.11 Ingresos Imputados al Patrimonio Neto (Grupo 9)

- 6. Cuentas Anuales
 - 6.1 Confección de las cuentas anuales
 - 6.2 Cuentas Anuales Abreviadas
 - 6.3 Balance
 - 6.4 Cuenta de Pérdidas y Ganancias
 - 6.5 Estado de cambios en el Patrimonio Neto
 - 6.6 Estado de Flujo de efectivo, Memoria
 - 6.7 Cifra anual de negocios
 - 6.8 Número medio de trabajadores
 - 6.9 Empresas del grupo, multigrupo y asociadas
 - 6.10 Estados financieros intermedios
 - 6.11 Partes vinculadas
 - 6.12 Contenido de la memoria
 - 6.13 Modelos normales de cuentas anuales
 - 6.14 Modelos abreviados de cuentas anuales

El curso se complementa con varios documentos escritos más, como material de apoyo y consulta, y con varios vídeos relacionados con el temario del curso, con una duración de más de seis horas.

DATOS DE CONTACTO

Teléfonos: **(34) 96 195 89 74 / 627 93 32 35**

Email: atheneavirtualis@gmail.com

Web: [http:// www.athenea-virtualis.com](http://www.athenea-virtualis.com)

Personas de contacto: **Lola Montañés / Manuel García**

ENTIDADES COLABORADORAS



Fundación Tripartita
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO



tejido de entidades sociales por el empleo



Athenea Virtualis



Unión Europea
Fondo Social Europeo

