

DADES GENERALS

Curs acadèmic

Tipus de curs	Màster Propi
Nombre de crèdits	70,00 Crèdits ECTS
Matrícula	980 euros (import preu públic)
Requisits d'accés	Llicenciat, grau o diplomat universitari

Modalitat	A distància
Lloc d'impartició	A distància
Horari	A distància,

Direcció

Organitzador	Departament d'Economia Aplicada
Direcció	Ernesto J. Veres Ferrer Profesor/a Titular de Universidad. Departament d'Economia Aplicada. Universitat de València

Terminis

Preinscripció al curs	Fins a 21/02/2019
Data inici	Gener 2019
Data fi	Desembre 2019

Més informació

Telèfon	961 603 000
E-mail	informacio@adeituv.es

PROGRAMA

- 1.1. Características del mercado.
- 1.2. El óptico-optometrista. Atención Optica Comunitaria.
- 1.3. Tipos de modelos empresariales.
- 1.4. Evolución del mercado español en los últimos años.
- 1.5. El mercado mundial del sector óptico.
- 1.6. Posicionamiento comercial y Geomárketing

- 2.1. Gestión de lentes oftálmicas.
- 2.2. Gestión de monturas y gafas de sol.
- 2.3. Gestión de lentes de contacto.
- 2.4. La audiología en el sector óptico.
- 2.5. Gestión de compras e indicadores de control de producto.
- 2.15 Ejercicio Físico
- 2.16 Adaptación según las patologías de base: hipertensión, obesidad, diabetes

- 3.1. Funciones del óptico-optometrista.
- 3.2. Funciones del director de un centro óptico.
- 3.3. Motivación y delegación.
- 3.4. Herramientas de dirección y comunicación.
- 3.5. Dirección con indicadores de gestión. Informes de ventas.
- 3.6. Reuniones de trabajo efectivas.

- 4.1. Cómo entrenar y mejorar las técnicas de venta.
- 4.2. Recepción del cliente.
- 4.3. Detectar motivación y necesidades. Sondeo.
- 4.4. Argumentación de ventas.
- 4.5. Tratamiento de objeciones.
- 4.6. Cierre de la venta, entrega y fidelización

- 5.1. Características generales.
- 5.2. Objetivos de las promociones.
- 5.3. Tipos de promociones.
- 5.4. Planificación y fases de la promoción.
- 5.5. Análisis promocional.

-
- 6.1. Características generales. Objetivos del merchandising.
 - 6.2. Tipos de merchandising.
 - 6.3. El merchandising y el local comercial.
 - 6.4. Gestión de publicidad.
 - 6.5. El escaparate como ventana de nuestro negocio.

-
- 7.1. Diferenciación a través del gabinete.
 - 7.2. Comunicación y psicología del examen visual Atención Óptica.
 - 7.3. Gestión de la contactología como categoría estratégica.
 - 7.4. Gestión de optometríageriátrica y optometría infantil.
 - 7.5. El componente sanitario del establecimiento óptico.

-
- 8.1. Características de la gestión financiera en el establecimiento óptico.
 - 8.2. El balance.
 - 8.3. La cuenta de resultados.
 - 8.4. Amortizaciones.
 - 8.5. Ratios financieros de utilidad.
 - 8.6. Contabilidad del Impuesto de Sociedades y el IVA.

-
- 9.1 Técnicas de obtención de información
 - 9.2 Tratamiento de ficheros
 - 9.3 Presentación de datos
 - 9.4 Medidas-resumen de una tabla de datos: análisis unidimensional
 - 9.5 Análisis bidimensional
 - 9.6 Modelización del azar
-

PROFESSORAT

Javier Azofra Zengotitabengoa

Director Oficina Gandia. Banco Santander, S.A.

Olga Blasco Blasco

Profesor/a Titular de Universidad. Departament d'Economia Aplicada. Universitat de València

José Ramón Carrasco Rodríguez

Master en Dirección de Marketing y en Dirección Comercial ESIC. Diplomado en Óptica y Optometría.

Vicente Coll Serrano

Contratado/a Doctor/a. Departament d'Economia Aplicada. Universitat de València

Ángel del Castillo Rodríguez

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas. Universitat de València

Begoña Gacimartín García

Diplomada en Óptica y Optometría, Msc/Bsc, Master en Óptica y Optometría.

María José García Martínez

Licenciada en CC Biológicas. Consultora óptica.

Jorge Rafael Mañes Font

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas. Universitat de València .Graduado Europeo en Dirección de Empresas

Francisco Gabriel Morillas Jurado

Contratado/a Doctor/a. Departament d'Economia Aplicada. Universitat de València

José Manuel Pavía Miralles

Catedrático/a de Universidad. Departament d'Economia Aplicada. Universitat de València

Silvia Sanz Blas

Ernesto J. Veres Ferrer

Profesor/a Titular de Universidad. Departament d'Economia Aplicada. Universitat de València

Luis Eduardo Vila Lladosa

Profesor/a Titular de Universidad. Departament d'Economia Aplicada. Universitat de València

OBJECTIUS

Les sortides professionals que té el curs són:

- Gestor Integral d'establiments d'Òptica.
- Analista d'estratègies de màrqueting per a un centre òptic.
- Assessor de vendes en el sector comercial d'òptiques.

Al finalitzar el MÀSTER EN GESTIÓ INTEGRAL D'ESTABLIMENTS SANITARIS

ÒPTICS e alumne disposarà dels coneixements i capacitats per a:

- Gestionar integralment establiments òptics
- Fer-se càrrec del Màrqueting: Aparador, Venda d'impuls, Campanyes promocionals etc
- Dur a terme una venda personalitzada amb especial atenció al client
- Dirigir equips de treball especialitzats
- Dominar l'àrea financera del negoci
- Aplicar polítiques de Recursos Humans estratègiques
- Analitzar informació i obtindre resultats i conclusions aplicant tècniques de tractament de dades.

METODOLOGÍA

La modalitat d'aprenentatge és la corresponent a una ensenyança a distància, o no presencial. L'estudi, per part de l'alumne, consistirà a prendre com a referència de treball el mòdul didàctic que se li farà arribar en forma de material-manual escrit elaborat pels professors del mòdul.

A partir d'ací, l'alumne tindrà com a suport de l'aprenentatge i del desenvolupament de la matèria les diferents Tecnologies de la Informació i la Comunicació que es posaran a la seua disposició una vegada matriculat:

1. L'Aula Virtual del curs, on se li facilitaran els manuals i estudis complementaris, que podrà i haurà de consultar i utilitzar.
2. El Fòrum de Debat, on els professors dels mòduls aniran fent aportacions per a complementar la matèria i propiciar l'intercanvi de dubtes, problemes, experiències, etc.
3. L'apartat de Tutories de l'Aula Virtual, on els alumnes podran consultar directament amb els professors els possibles dubtes que pogueren tindre en qualsevol moment durant tot el curs acadèmic.