Dinamización del punto de venta en el pequeño comercio

Área: COMERCIO Y MARKETING
Modalidad: Teleformación
Duración: 40 h
Precio: 20.00€

Curso Bonificable
Contactar
Recomendar
Matricularme

CÓDIGO

UF2383

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1: Psicología de la venta en el pequeño comercio:

####

1.1. Comportamiento del cliente en el punto de venta

####

1.1.1. Tipología

####

1.1.2. Motivaciones, frenos y móviles de compra de los clientes.

####

1.1.3. Perfiles de los consumidores/compradores potenciales del establecimiento.

####

1.2. Circulación interna del cliente:

####

1.2.1. Flujos de circulación

####

1.2.2. Recorrido de clientes

####

1.2.3. Proporción del espacio

####

1.2.4. Organización del espacio

####

1.2.5. Acceso a productos

####

1.2.6. Acceso a promociones

####

1.2.7. Accesos

####

1.2.8. Obstáculos.

####

1.3. Zonas frías y calientes:

####

1.3.1. Utilización de iluminaria

####

1.3.2. Efectos de luz sobre materiales y productos

####

1.3.3. Tipos de luces

####

1.3.4. Sistemas de iluminación

####

1.3.5. Utilización de color

####

1.3.6. Sombras y color

####

1.3.7. Utilización acústica

####

1.3.8. Otros recursos

####

UNIDAD DIDÁCTICA 2: Organización interior del punto de venta de pequeños comercios:

####

2.1. Distribución funcional del punto de venta:

####

2.1.1. Zonas de venta

####

2.1.2. Zonas de exposición

####

2.1.3. Zonas de circulación

####

2.1.4. Zonas de almacenaje

####

2.1.5. Zonas de caja

####

2.1.6. Mostradores

####

2.1.7. Vitrinas

####

2.1.8. Expositores

####

2.2. Elementos de merchandising

####

2.2.1. Lineales

####

2.2.2. Zonas de venta

####

2.2.3. Niveles

####

2.2.4. Frontales

####

2.2.5. Góndolas

####

2.2.6. Isletas

####

2.3. Diseño de interiores básico

####

2.3.1. Implantación del mobiliario comercial

####

2.3.2. Aplicaciones de diseño interior del espacio comercial

####

2.3.3. Efectos visuales

####

2.4. Normativa de seguridad e higiene en el punto de venta:

####

2.4.1. Manipulación de productos: normas de seguridad e higiene.

####

UNIDAD DIDÁCTICA 3: Distribución de productos en el pequeño comercio:

####

3.1. El surtido:

####

3.1.1. Composición del surtido

####

3.1.2. Caracterización

####

3.1.3. Indicadores de venta y toma de decisiones sobre el surtido.

####

3.2. Clasificación de los productos:

####

3.2.1. Por familias de productos

####

3.2.2. Por gamas de productos

####

3.2.3. Ciclo de vida del producto

####

3.3. Características de los productos

####

3.3.1. Técnicas

####

3.3.2. Comerciales

####

3.3.3. Psicológicas

####

3.4. Identificación de los productos:

####

3.4.1. Marca

####

3.4.2. Codificación de los productos

####

####

3.5. Implantación en el lineal y exposición de los productos

####

3.5.1. Los facings y la gestión de categorías en el pequeño comercio.

####

3.5.2. Posicionamiento de los productos en función de la marca

####

3.5.3. Acondicionamiento

####

UNIDAD DIDÁCTICA 4: Acciones promocionales en el punto de venta:

####

4.1. Normativa comercial promocional

####

4.1.1. Promociones

####

4.1.2. Premios

####

4.1.3. Ventas especiales (rebajas, liquidaciones, outlets)

####

4.2. Técnicas de promoción para incentivar y fidelizar clientes

####

4.2.1. Tipos

####

4.2.2. Impacto

####

4.2.3. Instrumentos de diseño y evaluación de acciones promocionales en el pequeño comercio

####

4.3. Elementos y soportes promocionales

####

4.4. Presupuestos y medios disponibles

####

UNIDAD DIDÁCTICA 5: Señalética y cartelística comercial:

####

5.1. Identidad: logotipo y marca

####

5.2. Publicidad comercial

####

5.2.1. Tipos

####

5.2.2. Papelería comercial y merchandising

####

5.3. Rótulos y letreros

####

5.3.1. Técnicas de rotulación para folletos y carteles

####

5.4. Aplicaciones para la autoedición de folletos y carteles

####

5.5. Aplicaciones informáticas gráficas y de edición

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.

- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado.** El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados.
  No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.