Distribución y decoración dentro del comercio

Área: COMERCIO Y MARKETING
Modalidad: Teleformación
Duración: 80 h
Precio: 24.00€

Curso Bonificable
Contactar
Recomendar
Matricularme

CÓDIGO

0360

OBJETIVOS

Objetivos generales

####

- Proporcionar al alumno unos conocimientos fundamentales y generales en la distribución y decoración de sus comercios para potenciar el rendimiento de las ventas y lograr así una mejora en la calidad de la gestión.

####

- Dotar al alumno de la formación necesaria para rentabilizar el espacio en el establecimiento y lograr la mejor visualización de los productos para aumentar las ventas.

####

- El alumno adquiere la capacidad de personalizar el espacio de su comercio y darle una identidad propia.

####

- El alumno aprenderá a utilizar el espacio a componer distintos tipos de climas, para crear un ambiente que atraiga al consumidor.

####

Objetivos específicos

####

- Dar a conocer al alumno técnicas a través de la imagen en las cuales optimizar las ventas en el negocio. Organizando la publicidad y las promociones necesarias en el punto de venta para alcanzar los objetivos previstos.

####

- Criterios básicos para la colocación y distribución del surtido. Determinando la implantación de productos con el fin de optimizar el lineal.

####

- Aprender los aspectos básicos de la colocación de los artículos, coordinando las actuaciones de promoción en el punto de venta. Conociendo las opciones que hay en el mercado del mobiliario y sus utilidades.

####

- Conocer la motivación de los consumidores para orientar los mensajes publicitarios.

####

- Optimizar circulación, la visión de los productos y las compras de los clientes.

####

- Estudio del color, de la luz, de la ambientación. Escoger las correctas combinaciones de colores con trabajos cromáticos que determinan sensaciones distintas en cada ambiente, según el carácter q se quiera lograr.

####

- Saber establecer la iluminación correcta, con los efectos lumínicos recomendados según el espacio a tratar.

####

- El curso propone investigar el diseño del espacio interior con las distintas tendencias de decoración.

CONTENIDOS

1.0 El marketing en el punto de venta

####

1.1 El marketing y el merchandising

####

1.2 Fases de aplicación del merchandising, imagen de la empresa

####

1.3 Características del consumidor

####

1.3.1 El comportamiento en el punto de venta

####

1.4 Diseño del punto de venta

####

1.5 El surtido, criterios de determinación

####

1.5.1 Análisis del surtido y de la estructura de mercado

####

####

2.0 Tratamiento del espacio

####

2.1 Introducción

####

2.2 Mobiliario

####

2.3 Circulación en el establecimiento

####

2.4 Implantación por secciones y por familias de productos

####

2.4.1 Características de los productos

####

2.4.2 Los condicionantes técnicos

####

2.4.3 La atracción de las diferentes zonas de la sala de venta

####

2.4.4 Adecuar los muebles al tipo de producto

####

2.5 Normativa de seguridad e higiene aplicada a la sala de ventas

####

2.5.1 Normativa de seguridad aplicada a la sala de ventas - normativa de protección contra incendios

####

2.5.2 Normativa de seguridad aplicada a la sala de ventas - normativa relativa a los riesgos eléctricos

####

2.5.3 Normativa de higiene aplicada a la sala de ventas

####

####

3.0 Optimización del lineal

####

3.1 Definición e implantación

####

3.2 Criterios organizativos

####

3.3 Cálculo de la rentabilidad del lineal

####

3.3.1 Avances informáticos

####

####

4.0 Diseño y composición del escaparate

####

4.1 Principios básicos para el diseño del escaparate

####

4.2 Presentación y distribución de los elementos

####

4.3 Cómo captar la atención, rótulos, carteles, displays y exhibidores

####

4.4 El planteamiento del escaparate como medio de venta

####

4.5 Investigación y pruebas instrumentales

####

####

5.0 Publicidad en el punto de venta (PLV)

####

5.1 Planificación e implantación de la PLV

####

5.1.1 Los medios publicitarios

####

5.1.2 Cartelística

####

5.2 Organización de la campaña de promoción en el punto de venta

####

####

6.0 Animación en el punto de venta

####

6.1 Permanente e intermitente

####

6.1.1 Las promociones

####

####

7.0 La iluminación

####

7.1 Introducción. La luz artificial

####

7.2 Diversos tipos de lámpara

####

7.3 La iluminación en el comercio

####

7.4 Consejos prácticos para proyectos de iluminación

####

####

8.0 El color

####

8.1 Introducción: luz y color

####

8.2 El color pigmento. Tono. Saturación. Luminosidad

####

8.3 Psicología del color, armonía y contraste

####

8.4 Tonos calientes y fríos

####

8.5 Dinámica de los colores

####

8.6 El lenguaje de los colores

####

####

9.0 Diferentes estilos de la decoración

####

9.1 El estilo clásico

####

9.2 El estilo moderno

####

9.3 El estilo vanguardista

####

9.4 El estilo naturista o rústico

####

9.5 El estilo contemporáneo

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.