Implantación de productos y servicios

Área: COMERCIO Y MARKETING
Modalidad: Teleformación
Duración: 70 h
Precio: 35.00€

Curso Bonificable
Contactar
Recomendar
Matricularme

CÓDIGO

MF0502_3

OBJETIVOS

-Definir distintos tipos de surtido y categoría de productos o categorías de productos para optimizar un espacio de venta.

-Analizar la determinación y organización de un plan de implantación de productos.

-Aplicar métodos de control de la implantación de productos.

CONTENIDOS

Unidad didáctica 1: Gestión de productos y surtido en el punto de venta

1.1. Clasificación de los productos en el punto de venta
1.1.1. El surtido
1.1.2. Familias y gamas
1.1.3. Categorías
1.2. Identificación del producto
1.2.1. Características: técnicas, comerciales y psicológicas
1.2.2. Marcas y logos
1.3. Posicionamiento de los productos: productos atractivos y primeras marcas
1.4. Acondicionamiento del producto
1.4.1. Condiciones de conservación
1.4.2. Envoltorios y embalaje
1.4.3. Interpretación de códigos de productos y pictogramas
1.5. Trazabilidad del producto en el punto de venta
1.5.1. Concepto y necesidad
1.6. El surtido en el punto de venta
1.6.1. Composición y caracterización
1.6.2. Objetivos, criterios de clasificación y tipos de surtido
1.7. Métodos de determinación del surtido
1.7.1. Especialización y exclusividad
1.7.2. Surtido extensivo
1.7.3. Surtido estructurado: productos líderes, de reclamo, de marca, productos permanentes y estacionarios

1.8. Elección de las referencias
1.8.1. Determinación del número mínimo, máximo y normal de referencias
1.8.2. Umbral de supresión de referencias
1.9. Aplicación de programas informáticos de gestión del surtido

Unidad didáctica 2: Organización del lineal

2.1. El lineal
2.2. Reparto del lineal
2.2.1. Colocación de productos en el lineal
2.2.2. Altura de los lineales y comportamiento de compra
2.3. Lineal óptimo según producto y tiempo de exposición
2.3.1. Dimensión del lineal
2.3.2. Colocación del producto: criterios comerciales y de organización
2.3.3. Colocación horizontal y vertical
2.3.4. Aplicaciones para la optimización del espacio del lineal. El planograma
2.4. Los facings y su gestión. Información del cliente en el lineal
2.5. Reglas de implantación
2.5.1. Rotación de los productos
2.5.2. Lanzamiento de productos
2.6. Organización del trabajo: determinación de tareas, cálculo de tiempos, recursos humanos y presupuesto
2.7. Sistemas de reposición de lineales
2.8. Normativa aplicable a la implantación de productos
2.9. Aplicaciones informáticas para la optimización del lineal y distribución de lineales

Unidad didáctica 3: Control de la implantación de productos

3.1. Instrumentos de control cuantitativos y cualitativos
3.2. Parámetros de gestión de categorías
3.3. Cálculo de ratios económico-financieros
3.4. Análisis e interpretación de los ratios para la gestión de productos
3.5. Introducción de medidas correctoras
3.5.1. Supresión e introducción de referencias
3.6. Utilización de hojas de cálculo y aplicaciones informáticas en la gestión de productos y surtidos lineal

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.