

Merchandising y Terminal Punto de Venta

DESCRIPCIÓN

Los objetivos del curso son:

- Dar a conocer al alumno el significado y el conjunto de técnicas de merchandising para su implantación en el establecimiento.
- Proporcionar a los participantes formación de especialización de nivel superior en materias que capacitan para desarrollar competencias y cualificaciones en puestos de trabajo que conlleven responsabilidades de gestión para organizar la implantación de las técnicas de merchandising en los puestos de trabajo.
- Aclarar conceptos básicos relacionados con la distribución y los intermediarios.

DIRIGIDO A

El curso está dirigido a alumnos interesados en la temática, y permitirá al usuario adquirir los conocimientos y destrezas necesarias para desempeñar funciones relacionadas con la materia.

REQUISITOS ESPECIALES DE ACCESO Y OBTENCIÓN DEL TÍTULO

No se establecen requisitos previos de acceso:

Requisitos para la obtención del título:

- Completar el 100% de las autoevaluaciones
- Lectura/ Estudio del material didáctico completo
- Visionado de los videos formativos
- Superar el examen final con una nota superior al 60% (3 intentos máximo)

Los alumnos que no superen el examen final, pero cumplan el resto de requisitos, podrán solicitar un certificado de Participación emitido por INTEDYA Internacional

FICHA DEL CURSO



Modalidad Elearning

Duración: 50 h



Titulación Otorgada

Merchandising y Terminal Punto de Venta



Título emitido por



PREVENSYSTEM

**Modalidad Elearning**

Duración: 50 h

**Titulación Otorgada**

Merchandising y Terminal Punto de Venta

**Título emitido por****Tema 1. El comercio.**

- 1.1. Introducción
- 1.2. La distribución
- 1.3. Los intermediarios

Tema 2. La orientación y localización del negocio.

- 2.1. La orientación hacia el cliente
- 2.2. Definición del negocio y segmentación del mercado
- 2.3. La combinación del marketing
- 2.4. La imagen de la tienda
- 2.5. La localización del establecimiento

Tema 3. El Merchandising.

- 3.1. El merchandising
- 3.2. El merchandising para el fabricante y para el detallista
- 3.3. La implantación del establecimiento
- 3.4. Estudio del lineal
- 3.5. La disposición del establecimiento
- 3.6. El exterior de la tienda

Tema 4. Publicidad y promoción en el punto de venta.

- 4.1. La publicidad. Concepto
- 4.2. Decisiones a tomar
- 4.3. Objetivos
- 4.4. Presupuestos
- 4.5. Los medios usados en publicidad
- 4.6. El mensaje publicitario
- 4.7. La promoción en el punto de venta
- 4.8. Técnicas de promoción de ventas

Tema 5. Atención al cliente.

- 5.1. Introducción
- 5.2. La atención al cliente es una labor personal
- 5.3. Empatía e identificación
- 5.4. Sustituir rutinas por actitudes significativas
- 5.5. El conocimiento de los productos
- 5.6. El cliente
- 5.7. Seguimiento del cliente
- 5.8. Conocimiento del cliente
- 5.9. Tratamiento personal del cliente
- 5.10. Objeciones, incidencias y reclamaciones de los clientes
- 5.11 El teléfono

Tema 6. El servicio al cliente.

- 6.1. Concepto e importancia del servicio al cliente
- 6.2. Factores que influyen en los servicios que ofrecemos
- 6.3. Tipos de servicios a clientes

Tema 7. Gestión de compras.

- 7.1. Las compras
- 7.2. El surtido de productos
- 7.3. Selección de proveedores
- 7.4. Gestión de stocks o de existencias
- 7.5. La gestión del almacén

Tema 8. El control de caja.

- 8.1. Las cajas registradoras
- 8.2. Códigos de barra
- 8.3. Los terminales de punto de venta (TPV)