

CURSO



DISEÑO ESPACIO COMERCIAL: RETAIL DESIGN

MAS620



DESTINATARIOS

Esta Titulación está dirigida a empresarios, directivos, emprendedores, trabajadores, estudiantes y cualquier persona que pretenda adquirir los conocimientos necesarios en relación con este ámbito profesional.

Permite conocer la animación del punto de venta, el marketing en el punto de venta, el merchandising, las fases de aplicación, el escaparatismo, el diseño de escaparates, la optimización del lineal, la publicidad en el lugar de venta, la promoción de ventas, el control de las acciones de merchandising, el cálculo de ratios económico-financieros, la implantación y animación de espacios comerciales, el diseño interior del establecimiento comercial, entre otros conceptos relacionados. Además, al final de cada unidad didáctica el alumno/a encontrará ejercicios de autoevaluación que le permitirán hacer un seguimiento del curso de forma autónoma.

El alumno recibirá acceso a un curso inicial donde encontrará información sobre la metodología de aprendizaje, la titulación que recibirá, el funcionamiento del Campus Virtual, qué hacer una vez el alumno haya finalizado e información sobre Grupo Esneca Formación. Además, el alumno dispondrá de un servicio de **clases en directo**.

FICHA TÉCNICA

CARGA HORARIA
300H 

MODALIDAD
ONLINE 
*La modalidad incluye módulos con clases en directo.

CURSO INICIAL
ONLINE 

TUTORÍAS
PERSONALIZADAS 

IDIOMA
ESPAÑOL 

DURACIÓN
HASTA UN AÑO 
*Prorrogable

IMPORTE

VALOR ORIGINAL: ~~2380 €~~
VALOR ACTUAL: 595 €

CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios el alumno recibirá un diploma que certifica el “**DISEÑO ESPACIO COMERCIAL: RETAIL DESIGN**”, de ESNECA BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP y AEEN, máximas instituciones españolas en formación y de calidad.

CONTENIDO FORMATIVO

PARTE 1

ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

MÓDULO 1. MARKETING EN EL PUNTO DE VENTA. MERCHANDISING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. GENERALIDADES DEL MERCHANDISING

UNIDAD DIDÁCTICA 2. OBJETIVOS Y FUNCIONES DEL MERCHANDISING

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 2. FASES DE APLICACIÓN DEL MERCHANDISING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FASES DE APLICACIÓN

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 3. MERCHANDISING Y SURTIDO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CARACTERÍSTICAS Y ESTRUCTURA DEL SURTIDO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMPLEMENTARIEDAD EN LOS PRODUCTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TIPOS DE SURTIDO Y TIPOS DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ANÁLISIS DE SURTIDO Y DE LA ESTRUCTURA DE MERCADO

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 4. MERCHANDISING DEL FABRICANTE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MERCHANDISER

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 5. ESCAPARATISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ESCAPARATISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FUNCIÓN Y OBJETIVOS DE UN ESCAPARATE

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TENDENCIAS DEL ESCAPARATISMO

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 6. DISEÑO DE ESCAPARATES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DISEÑO DE ESCAPARATES

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MATERIALES DE ESCAPARATISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCEDIMIENTOS Y TÉCNICAS DEL ESCAPARATISTA

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 7. OPTIMIZACIÓN DEL LINEAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL LINEAL Y SU REPARTO

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 8. CÁLCULO DE OPTIMIZACIÓN DE LOS FACING POR ARTÍCULO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FACING

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INSTRUMENTOS DE MEDIDA Y EFICACIA

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 9. PUBLICIDAD EN EL LUGAR DE VENTA (PLV)

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PUBLICIDAD EN EL LUGAR DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPLANTACIÓN DE LA PLV

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 10. PROMOCIÓN DE VENTAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROMOCIÓN DE VENTAS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CLASES DE INCENTIVOS Y PROMOCIONES

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RECEPTOR DE MENSAJES PUBLICITARIOS

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 11. CONTROL DE LAS ACCIONES DE MERCHANDISING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONTROL DE LAS ACCIONES DE MERCHANDISING

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 12. CÁLCULO DE RATIOS ECONÓMICO-FINANCIEROS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CÁLCULO DE RATIOS ECONÓMICO-FINANCIEROS

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 13. NORMATIVA DE SEGURIDAD E HIGIENE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ESPACIO DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ACONDICIONAMIENTO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DISTRIBUCIÓN DE FAMILIAS DE PRODUCTOS

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

MÓDULO 14. TENDENCIAS DEL MERCHANDISING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. NUEVAS FORMAS COMERCIALES

Resumen
Autoevaluación
Solucionario

PARTE 2

IMPLANTACIÓN Y ANIMACIÓN DE ESPACIOS COMERCIALES

UNIDAD FORMATIVA 1. IMPLANTACIÓN DE ESPACIOS COMERCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA ORIENTADO AL CLIENTE.

1. El punto de venta y la superficie comercial:
2. Marketing en el punto de venta: el merchandising.
3. Relaciones entre fabricante y superficies comerciales.
4. Normativa aplicable a las superficies comerciales.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS BÁSICO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN EL PUNTO DE VENTA.

1. El comportamiento del consumidor ¿Qué, quién, porque, cómo, cuándo, dónde, cuánto, cómo se utiliza la compra?
2. Diferencias entre el comprador y el consumidor.
3. Tipos de clientes y unidades de consumo:
4. Determinantes internos del comportamiento del consumidor:
5. Determinantes externos del comportamiento del consumidor:
6. La segmentación de mercados y los puntos de venta. Especialización de los establecimientos comerciales.
7. Impacto del merchandising en el proceso de decisión de compra y el comportamiento del consumidor.
8. Aplicación de la teoría del comportamiento del consumidor a la implantación de espacios comerciales. Puntos calientes y fríos.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DISEÑO INTERIOR DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL.

1. Distribución del espacio interior.
2. Dimensión del espacio comercial interior.
3. Elementos interiores del establecimiento comercial.
4. Ambiente del establecimiento.
5. Distribución de pasillos. Situación.
6. Implantación de las secciones.
7. Disposición del mobiliario:
8. Utilización de aplicaciones informáticas de diseño interior del espacio comercial.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DISEÑO EXTERIOR DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL.

1. Promoción visual del establecimiento.
2. Tratamiento promocional del espacio exterior al establecimiento.
3. Elementos externos del establecimiento comercial.
4. Tipos de rótulos exteriores.
5. Iluminación exterior.
6. El toldo y su colocación.
7. El escaparate.
8. El hall del establecimiento.
9. Normativa y trámites administrativos en la implantación externa de espacios comerciales abiertos. Normativa municipal.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO DE

IMPLANTACIÓN DEL PUNTO DE VENTA.

1. Recursos humanos y materiales en la organización del punto de venta.
2. Planificación del trabajo a realizar.
3. Presupuestos de implantación:

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA IMPLANTACIÓN DE ESPACIOS COMERCIALES Y EL DESARROLLO VIRTUAL.

1. Marketing y comercialización on line de bienes y servicios.
2. Diferencias y complementariedad entre la implantación física e implantación virtual de un negocio.
3. Características de Internet como canal de comunicación y comercialización de productos.
4. Objetivos de la tienda y el supermercado virtual.
5. La venta electrónica frente a las webs informacionales.
6. Análisis del espacio comercial virtual

UNIDAD FORMATIVA 2. IMPLANTACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN DE PRODUCTOS Y SURTIDO EN EL PUNTO DE VENTA.

1. Clasificación de los productos en el punto de venta:
2. Identificación del producto:
3. Posicionamiento de los productos: productos atractivos y primeras marcas.
4. Acondicionamiento del producto:
5. El surtido en el punto de venta:
6. Métodos de determinación del surtido:
7. Elección de las referencias:
8. Aplicación de programas informáticos de gestión del surtido.
9. Trazabilidad del producto en el punto de venta.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DEL LINEAL.

1. El lineal
2. Reparto del lineal.
3. Lineal óptimo según producto y tiempo de exposición.
4. Los facings y su gestión. Información del cliente en el lineal.
5. Reglas de implantación
6. Organización del trabajo: Determinación de tareas, cálculo de tiempos, recursos humanos y presupuesto.
7. Sistemas de reposición de lineales.
8. Normativa aplicable a la implantación de productos.
9. Aplicaciones informáticas para la optimización del lineal y distribución de lineales.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTROL DE LA IMPLANTACIÓN DE PRODUCTOS.

1. Instrumentos de control cuantitativos y cualitativos.
2. Parámetros de gestión de categorías:
3. Cálculo de ratios económico-financieros.
4. Análisis e interpretación de los ratios para la gestión de productos.
5. Introducción de medidas correctoras:
6. Utilización de hojas de cálculo y aplicaciones informáticas en la gestión de productos y surtidos.

UNIDAD FORMATIVA 3. PROMOCIONES COMERCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROMOCIÓN EN EL PUNTO DE VENTA

1. Comunicación comercial
2. Planificación de actividades promocionales según el público objetivo.
3. La promoción del fabricante y del establecimiento.
4. Formas de promoción dirigidas al consumidor
5. Selección de acciones
6. Animación de puntos calientes y fríos en el establecimiento comercial
7. Utilización de aplicaciones informáticas de gestión de proyectos/tareas.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MERCHANDISING Y ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

1. Definición y alcance del merchandising.
2. Tipos de elementos de publicidad en el punto de venta
3. Técnicas de rotulación y serigrafía
4. Mensajes promocionales
5. Aplicaciones informáticas para la autoedición de folletos y carteles publicitarios.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTROL DE LAS ACCIONES PROMOCIONALES

1. Criterios de control de las acciones promocionales.
2. Cálculo de índices y ratios económico-financieros
3. Análisis de resultados
4. Aplicación de medidas correctoras en el punto de venta.
5. Utilización de hojas de cálculo informático para la organización y control del trabajo.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ACCIONES PROMOCIONALES ONLINE

1. Internet como canal de información y comunicación de la empresa/establecimiento.
2. Herramientas de promoción online, sitios y estilos web para la promoción de espacios virtuales.
3. Páginas web comerciales e informacionales
4. Elementos de la tienda y/o espacio virtual
5. Elementos de la promoción on line.

UNIDAD FORMATIVA 4. ESCAPARATISMO COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DEL ESCAPARATE.

1. El escaparate y la comunicación
2. La percepción y la memoria selectiva
3. La imagen a proyectar del escaparate
4. La asimetría y la simetría del escaparate
5. La geometría del escaparate
6. Eficacia del escaparate

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO E IMAGEN DEL ESCAPARATE COMERCIAL.

1. Principios básicos del escaparatismo
2. Análisis del color en la definición del escaparate.
3. Análisis de la iluminación en el escaparatismo.
4. Elementos estructurales del escaparate
5. Módulos carteles, señalizaciones entre otras.
6. Aplicación del color e iluminación al escaparate.
7. Valoración de un escaparate
8. Materiales
9. Realización de bocetos de escaparates.

10. Utilización de programas informáticos de dibujo, diseño y distribución del escaparate.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ORGANIZACIÓN DEL MONTAJE DEL ESCAPARATE COMERCIAL.

1. Planificación de actividades
2. Organización de la preparación de los materiales y herramientas.
3. Cronograma y ejecución de tareas y montaje.
4. Elaboración del presupuesto del escaparate comercial
5. Seguridad e higiene en el montaje de escaparate
6. Simulación de la supervisión y organización del montaje de escaparate/s comercial/es.