

# Merchandising y terminal punto de venta

**Familia profesional:** Gestión comercial - Ventas

**Modalidad:** Teleformación

**Duración:** 50 horas

## Objetivos:

- 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.
- Dar a conocer al alumno el significado y el conjunto de técnicas de merchandising para su implantación en el establecimiento.
- Aclarar conceptos básicos relacionados con la distribución y los intermediarios.

## Contenidos:

### **UD1. El comercio.**

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

### **UD2. 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.

### **UD3. 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.

#### **UD4. 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.

#### **UD5. 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.

#### **UD6. 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.

#### **UD7. 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.

#### **UD8. El control de caja.**

- 8.1. Las cajas registradoras.
- 8.2. Códigos de barra.

8.3. Los terminales de punto de venta (TPV).

**Anexo.**

---

### Información específica

**“Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad”**

**Fecha de inicio y fecha de fin:** Los cursos podrán comenzar cualquier día de la semana, ya que se imparten en la modalidad de teleformación. La fecha de fin dependerá de número de horas lectivas diarias que se programen.

**Metodología:** La METODOLOGÍA ONLINE propuesta se ajusta a las características y necesidades de cada alumno/a, combinando las metodologías de enseñanza programada y de trabajo autónomo del alumnado con el asesoramiento de un/a formador/a especializado y mediante el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, creando un entorno de aprendizaje activo, próximo y colaborativo en el Campus Virtual.

**Requisitos de acceso:** Para cursar esta formación no es necesario ningún requisito previo de acceso.

**Material necesario para el desarrollo de la formación:** El material didáctico objeto fundamental del proceso de enseñanza, será puesto a disposición del alumno en el Campus de manera ordenada y en los formatos más idóneos para ajustarlos a las especificaciones del curso. El alumno debe trabajarlos de manera autónoma dedicando un tiempo que dependerá de las necesidades individualizadas del alumno. Las actividades y casos prácticos buscan consolidar el proceso formativo de los alumnos poniendo en práctica lo aprendido sobre las disciplinas del programa cursado.

**Evaluación:** Para la obtención del correspondiente diploma o certificado de asistencia el/la alumno/a deberá realizar al menos el 75 por ciento de los controles periódicos de seguimiento.

**Medios de contacto:** Puede consultar sus dudas por teléfono (930 160 363) o por correo electrónico (didactic@didacticformacion.com)

**Acreditación de los docentes:** Los docentes de este curso cumplen con las prescripciones que se determinan en los certificados de profesionalidad que son similares a los contenidos de esta acción formativa.

**Precio del curso:** El precio final del curso, incluidos todos los conceptos, es de 7,5 € por hora. Se abonará en dos plazos, el primero antes de comenzar el curso y el segundo a su finalización. Cuando se abone el primer plazo se le dará acceso al alumno a la plataforma de teleformación.

Precio del curso bonificado: 7,5 €/h + 20% empresas de 1 hasta 5 trabajadores, 15% empresas de 6 a 9 trabajadores o 10% para empresas de más de 10 trabajadores por la gestión en la FUNDAE.