

FAMILIA PROFESIONAL: Comercio y Marketing

CURSO: Merchandising y Terminal Punto de Venta

HORAS: 100 horas + 65H (El curso incluye formación en Empleabilidad y Habilidades Sociales, Competencias Digitales e Idiomas cuyo objetivo es facilitar los conocimientos y recursos necesarios para acercarse a las empresas con confianza y desenvolverse adecuadamente en un puesto de trabajo).

REQUISITOS:

No se establecen requisitos académicos de acceso, pero se recomienda poseer competencias digitales básicas para el aprovechamiento de la formación online.

Modalidad On Line

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.