



Experto en Merchandising y Animación del Punto de Venta (Online)

+ Información Gratis

Titulación acreditada por la Comisión Internacional de Formación de la UNESCO

Experto en Merchandising y Animación del Punto de Venta (Online)

Duración: 180 horas

Precio: 150 € *

Modalidad: Online

* Materiales didácticos, titulación oficial y gastos de envío incluidos.

Descripción

Curso en el incentivo de ventas, presentación de productos y publicidad mediante distintas técnicas de merchandising y para ambientar el punto de venta, en el ámbito profesional y a nivel experto



+ Información Gratis

www.euroinnova.es

Información y matrículas: 958 050 200

Fax: 958 050 244



A quién va dirigido

Cualquier interesado en conocer las técnicas y estrategias más avanzadas de merchandising y animación del punto de venta.

Objetivos

Aplicar eficaz y apropiadamente las técnicas de «merchandising» y animación de venta con objeto de optimizar el espacio de ventas y la incentivación de éstas. Diseñe la imagen corporativa de su empresa o comercio, planifique la estética, el mobiliario, la colocación de los productos, conozca las zonas frías y zonas calientes de cada comercio. Reciba formación técnica para aumentar las ventas.

Para que te prepara

Prepárese para llevar a cabo de modo profesional labores de responsable de comercio, jefe de supermercado, merchandising e imagen en la implantación de franquicias, dependiente de comercio, cajera, etc. Hágase un experto en el diseño, la estética y la colocación de los productos en el punto de venta.

Salidas laborales

Responsable de comercio, jefe de sección de ventas, etc.

Titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Euroinnova Formación vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).



Forma de financiación

- Contrarrembolso.
- Transferencia.
- Tarjeta de crédito.

+ Información Gratis

www.euroinnova.es

Información y matrículas: 958 050 200

Fax: 958 050 244



Metodología

Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios. También se adjunta en CDROM una guía de ayuda para utilizar el campus online.

La metodología a seguir es ir avanzando a lo largo del itinerario de aprendizaje online, que cuenta con una serie de temas y ejercicios. Para su evaluación, el alumno/a deberá completar todos los ejercicios propuestos en el curso. La titulación será remitida al alumno/a por correo una vez se haya comprobado que ha completado el itinerario de aprendizaje satisfactoriamente.

Materiales didácticos

- CDROM 'Manual del Alumno de la Plataforma de E-Learning'
- Paquete SCORM



Profesorado y servicio de tutorías

Nuestro centro tiene su sede en el "Centro de Empresas Granada", un moderno complejo empresarial situado en uno de los centros de negocios con mayor proyección de Andalucía Oriental. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional.

Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.



Plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido:

- **Master a distancia y online:** El plazo de finalización será de 12 meses a contar desde la fecha de recepción de las materiales del curso.

- **Curso a distancia y online:** El plazo de finalización será de 6 meses a contar desde la fecha de recepción de los materiales del curso.

En ambos casos, si una vez cumplido el plazo no se han cumplido los objetivos mínimos exigidos (entrega de ejercicios y evaluaciones correspondientes), el alumno podrá solicitar una prórroga con causa justificada de 3 meses.

Bolsa de empleo

El alumno tendrá la posibilidad de incluir su currículum en nuestra bolsa de empleo y prácticas, participando así en los distintos procesos de selección y empleo gestionados por más de 2000 empresas y organismos públicos colaboradores, en todo el territorio nacional.

Club de alumnos

Servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

Revista digital

El alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

Programa formativo

TEMA 1. EL MERCADO

Concepto de mercad
Definiciones y conceptos relacionados
División del mercado

TEMA 2. EL CONSUMIDOR

El consumidor y sus necesidades
La psicología; mercado
La psicología; consumidor
Necesidades
Motivaciones
Tipos de consumidores
Análisis del comportamiento del consumidor
Factores de influencia en la conducta del consumidor
Modelos del comportamiento del consumidor

TEMA 3. SERVICIO/ASISTENCIA AL CLIENTE

Servicio al cliente
Asistencia al cliente
Información y formación del cliente
Satisfacción del cliente
Formas de hacer el seguimiento
Derechos del cliente-consumidor
Tratamiento de reclamaciones
Tratamiento de dudas y objeciones

TEMA 4. EL PROCESO DE COMPRA

Proceso de decisión del comprador
Roles en el proceso de compra
Complejidad en el proceso de compra
Tipos de compra
Variables que influyen en el proceso de compra

TEMA 5. VENTAS

Introducción
Teorías de las ventas
Tipos de ventas
Técnicas de ventas
Anexo I. Envoltorio y Paquetería
Anexo II. Costes de Presentación y Paquetería

TEMA 6. EL VENDEDOR. PSICOLOGÍA APLICADA

El vendedor
Tipos de vendedores
Características del buen vendedor
Cómo tener éxito en las ventas
Actividades del vendedor
Nociones de psicología aplicada a la venta
Consejos prácticos para mejorar la comunicación
Actitud y comunicación no verbal

TEMA 7. ANIMACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA.

+ Información Gratis

Merchandising
Condiciones ambientales
Captación de clientes
Diseño interior
Situación de las secciones
Animación
Mobiliario
La Circulación de los Clientes
Distribución de las secciones
La cartelería y señalización

TEMA 8. EXTERIOR DEL PUNTO DE VENTA

Introducción
La identidad, logo y rótulo
Entrada al establecimiento
Acciones para tener un comercio actual
¿Dónde establezco el punto de venta?
¿Por qué es importante la imagen exterior de mi punto de venta?
El escaparate
Anexo III. Decoración de Escaparates

TEMA 9. EL LINEAL

Optimización de líneas
Reparto del lineal
La implantación del lineal
Los diferentes niveles del lineal
Presentación de los productos del lineal

TEMA 10. ASPECTOS GENERALES SOBRE MERCHANDISING

Concepto de merchandising
Tipos de merchandising
Análisis de la promoción en el punto de venta
Objetivos del merchandising promocional
Tipos de promociones en el punto de venta
Tipos de periodos para promocionar el establecimiento
Actitudes para un buen funcionamiento de su negocio
Anexo IV. Tipos de Papel y Materiales
Anexo V. Elección de Adorno y Lazada

TEMA 11. PUBLICIDAD EN EL LUGAR DE VENTA (PLV)

¿Cómo gestionar eficazmente el área expositiva?
Técnicas de animación
La publicidad en el lugar de venta (PLV)
Objetivos de la publicidad
El mensaje publicitario
Elementos de venta visual