oyc
oposiciones y cursos

Programa del curso profesional:

Implantación y Animación de Espacios Comerciales (Ajustado a certificado de profesionalidad)

WWW.OPOSICIONESYCURSOS.ES

Metodología

El Curso será desarrollado con una metodología Semipresencial. El sistema está organizado ateniéndonos en todo momento a las necesidades del alumno de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.
El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso en las tutorías presenciales así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación.

Profesorado

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.
Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes:
Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…
El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:
-Por el aula virtual,
-Por e-mail
-Por teléfono

Prácticas

Tenemos convenios de prácticas con las mejores empresas de cada sector y existe la posibilidad, siempre contando con la disponibilidad del alumno, de la realización de estas prácticas para afianzar sus conocimientos teóricos.

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado. Manuales, CD, DVD (si es el caso), cuadernos de ejercicios etc…
-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.
-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.

Orientación Laboral

Disponemos en nuestro equipo de psicólogos y psicopedagogos que orientarán al alumno sobre la forma de realizar su currículo y sobre las oportunidades existentes en el mercado laboral para la profesión elegida.
Disponemos de Bolsa de trabajo y de agencia de colocación.

Titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo

TEMARIO

PARTE 1. MF0501_3 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

PARTE 2. MF0502_3 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.

PARTE 3. MF0503_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.

PARTE 4. MF0504_3 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.