Código: 09059

Unidad Formativa:
UF2383 - Dinamización del punto de venta en el pequeño comercio

Módulo: MF2105_2 - ORGANIZACIÓN Y ANIMACIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIO

Certificado de Profesionalidad:
COMT0112 - ACTIVIDADES DE GESTIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIO

Modalidad: ONLINE

Duración: 40h.

Metodología

El Curso está desarrollado con una metodología a distancia/online. Este sistema de enseñanza está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales. También permite el acceso al curso a aquellas personas que viven en zonas rurales y que tienen interés en continuar formándose.
El alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a su disponibilidad de tiempo.

Se 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 50% del total de las respuestas acertadas. Durante todo el transcurso de la formación, dispondrá de la atención de los tutores, así como la posibilidad de realizar consultas a través de la plataforma de teleformación para cursos online. Entre el material entregado en este curso, se adjunta un documento llamado *Guía didáctica del alumno* donde aparece el horario de tutorías y demás información relevante.

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la modalidad elegida y de las horas de formación. La titulación será remitida por correo una vez corregido su examen, o puesta a su disposición en la plataforma de teleformación una vez finalizado el curso.

Profesorado, medios y titulación

Nuestro centro de formación ha sido fundado en 1996 y en la actualidad, tiene presencia a nivel nacional disponiendo de una plantilla de más de 800 docentes entre personal laboral y freelance. Todos ellos son especialistas en diferentes familias profesionales y les acreditan los numerosos cursos que han impartido para nuestro grupo empresarial. Entre nuestro staff de formadores se encuentran ingenieros, arquitectos, economistas, informáticos, publicistas, diseñadores, médicos, enfermeros, veterinarios, fisioterapeutas, psicólogos, sociólogos, periodistas, filólogos, abogados, cocineros, licenciados en administración de empresas, licenciados en actividades físicas y deportivas, jardineros, peluqueros, educadores sociales, etc.

En todos nuestros cursos, independientemente de la metodología, se ponen a disposición del alumno los medios y materiales docentes necesarios para el desarrollo del mismo.
En los cursos en modalidad e-learning, las consultas y tutorías se pueden realizar a través de teléfono, email y la propia plataforma de teleformación.

En cuanto a la titulación, mostramos a continuación, el modelo de diploma que obtendrás a la finalización del curso:

Fundación Estatal
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

DIPLOMA
ACREDITATIVO

D./Dña. **XXXXX XXXXX XXXXX** con D.N.I. **11111111H**, ha realizado, con pleno aprovechamiento, el curso titulado **Curso Intensivo de Inglés B2**, con Código **19656** Grupo **30694**, entre los días **29/06/2023** y**30/08/2023**, con una duración total de **56** horas, en la modalidad formativa **ONLINE**

Contenidos impartidos (Ver Dorso)

Firma y sello de la entidad responsable de impartir la formación

securs@
CONSULTORÍA DE FORMACIÓN
Avda. Ramón Nieto nº 133, Bajo
36208 - VIGO
Telf.: 986912815

Fecha de expedición
31 AGO 2023

Firma del alumno

Requistos previos

No hay requisitos previos, ni formativos ni profesionales.

Salidas profesionales

Este curso está específicamente diseñado para incrementar la cualificación profesional en la familia o sector correspondiente.

Objetivos

Este curso capacita al alumnado para dinamizar el punto de venta de un pequeño comercio, entendiendo el establecimiento como un espacio que vende y comunica al mismo tiempo, y se dirige a personal dependiente, responsables de tienda y personas interesadas en mejorar la explotación comercial de un negocio de proximidad. El alumnado aprende a interpretar el comportamiento y el recorrido del cliente, a distribuir el espacio y el mobiliario con criterios funcionales, a organizar el surtido y la exposición de los productos y a planificar acciones promocionales ajustadas a los medios disponibles. La parte práctica ocupa un lugar central: se trabaja la implantación en el lineal, la señalética y la identidad visual del comercio, así como la coherencia entre promoción, rotulación y publicidad. Al finalizar, el alumnado será capaz de reorganizar el punto de venta, optimizar la presentación de la oferta y diseñar acciones de promoción y comunicación que atraigan y fidelicen a la clientela, respetando la normativa de seguridad e higiene y las buenas prácticas del sector.

Contenidos

Módulo 1: Psicología de la venta en el pequeño comercio
1.1 - El comportamiento del cliente en el punto de venta
1.2 - Motivaciones y expectativas de compra
1.3 - El recorrido interno del cliente por el establecimiento
1.4 - Zonas frías y zonas calientes del comercio
1.5 - Factores que condicionan la decisión de compra
1.6 - Observación de la clientela y ajuste de la oferta
Resumen del módulo 1
Módulo 2: Organización interior del punto de venta en pequeños comercios
2.1 - La distribución funcional del espacio comercial
2.2 - Los elementos de merchandising y su función
2.3 - Criterios básicos de diseño de interiores
2.4 - Normativa de seguridad e higiene en el punto de venta
2.5 - Accesibilidad y confort del espacio de venta
2.6 - Orden, limpieza y mantenimiento del establecimiento
Resumen del módulo 2
Módulo 3: Distribución de productos en el pequeño comercio
3.1 - El surtido del pequeño comercio
3.2 - Clasificación de los productos
3.3 - Características y atributos de los productos
3.4 - Identificación y etiquetado de los productos
3.5 - La implantación en el lineal
3.6 - Exposición y presentación de los productos
Resumen del módulo 3
Módulo 4: Acciones promocionales en el punto de venta
4.1 - El marco normativo de las acciones promocionales
4.2 - Técnicas de promoción para incentivar la compra
4.3 - Técnicas de fidelización de clientes
4.4 - Elementos y soportes promocionales
4.5 - Presupuesto y medios disponibles
4.6 - Planificación y seguimiento de la acción promocional
Resumen del módulo 4
Módulo 5: Señalética y medios disponibles
5.1 - Identidad visual: logotipo y marca
5.2 - La publicidad comercial en el pequeño comercio
5.3 - Rótulos y letreros
5.4 - Aplicaciones para la autoedición de folletos y carteles
5.5 - Aplicaciones informáticas gráficas y de edición
5.6 - Legibilidad y coherencia de la señalética del comercio
Resumen del módulo 5