

MF0501_3 Implantación De Espacios Comerciales

Sku: PD_MF0501_3

Horas: 90

Formato: HTML

OBJETIVOS

Objetivos Generales

- Establecer la implantación de espacios comerciales.

Objetivos Específicos

- Interpretar la información que define la distribución y organización de un espacio comercial.
- Analizar los elementos interiores que determinan la implantación del espacio comercial, a partir de la definición de un espacio y de una información determinada.
- Analizar los elementos exteriores que determinen la implantación del espacio comercial a partir de la definición de un espacio y de una información determinada.
- Elaborar un proyecto de implantación de un establecimiento comercial a partir de distinta información de base sobre elementos internos y externos determinados de acuerdo a la normativa local para establecimientos comerciales.
- Estimar la organización de los recursos humanos y materiales, así como, la distribución interna de un establecimiento, teniendo en cuenta los procesos de implantación de un espacio comercial.
- Analizar diferentes tiendas o supermercados virtuales para identificar los elementos que configuran el escaparate virtual en una implantación comercial.

CONTENIDOS

Unidad 1: Organización del punto de venta orientado a la clientela

- El punto de venta y la superficie comercial
- Marketing en el punto de venta: el merchandising
- Relaciones entidades fabricantes y superficies comerciales
- Normativa aplicable a las superficies comerciales

Unidad 2: Análisis básico del comportamiento del consumidor en el punto de venta

- El comportamiento de la persona consumidora
- Diferencias entre persona compradora y consumidora
- Tipos de clientela y unidades de consumo
- Determinantes internos y externos del comportamiento consumidor
- La segmentación de mercados y los puntos de venta
- Impacto del merchandising en el proceso de compra
- Aplicación de la teoría del comportamiento consumidor

Unidad 3: Diseño interior y exterior del establecimiento comercial

- Distribución y dimensión del espacio comercial interior
- Elementos interiores y ambiente del establecimiento
- Distribución de pasillos, implantación de secciones y disposición del mobiliario
- Utilización de aplicaciones informáticas de diseño interior
- Diseño exterior del establecimiento comercial
- Elementos externos del establecimiento comercial
- Normativa y trámites administrativos

Unidad 4: Organización del trabajo e implantación de espacios comerciales y el desarrollo virtual

- Concepto de fidelización y marketing de fidelización
- Organización del trabajo de implantación del punto de venta
- RRHH y materiales en la organización del punto de venta
- Planificación del trabajo a realizar
- Presupuestos de implantación
- Implantación de espacios comerciales y el desarrollo virtual
- Internet como canal de comunicación y comercialización
- Análisis del espacio comercial virtual