



Responsable de Marxandatge i promoció en el punt de venda

El responsable de marxandatge és un dels especialistes que pot aportar valor afegit perquè una empresa es pugui diferenciar de la competència.



Avui dia, la xarxa comercial està saturada per la proliferació de cadenes comercials, hipermercats, grans superfícies comercials, nous petits comerciants, etc.

El responsable de marxandatge i promoció en el punt de venda ha de contribuir a l'organització dels processos de recepció i col·locació de la mercaderia en l'espai físic de l'establiment, en l'organització dels recursos humans i materials, i en la coordinació i el control de les actuacions de promoció en el punt de venda.

El curs es divideix en dos blocs:

- Marxandatge
- Promoció en el punt de venda

Requisits d'accés

- Un nivell d'estudis corresponent al Batxillerat (LOGSE) o equivalent (COU, MP3, FP2).
- Una capacitat professional adequada.

Objectius

- Identificar la tècnica del marxandatge i els elements que el formen en el conjunt de la política comercial de l'establiment.
- Determinar l'assortiment tipus més adequat per a la política comercial de l'empresa i segons les característiques de l'establiment.
- Organitzar les seccions dins l'establiment, de manera que optimitzin la circulació, la visió dels productes i les compres dels clients.
- Determinar la distribució del lineal i el lineal òptim, segons les característiques del producte, el temps d'exposició i altres paràmetres d'optimització i rendibilitat.
- Definir instruments de mesura i ràtios de control, que s'utilitzen per valorar l'eficàcia d'una implantació de productes en el lineal.
- Definir els elements principals de la promoció del punt de venda relacionats amb l'espai físic, tant

exterior com interior, de l'establiment comercial.

- Organitzar les accions de promoció del punt de venda amb l'objectiu d'optimitzar la rendibilitat de la sala de vendes.
- Definir models d'aparadors i analitzar-ne l'impacte en les vendes.
- Dissenyar una campanya de publicitat a la sala de vendes, a partir dels propòsits, els mitjans adequats i necessaris, i el pressupost disponible.
- Conèixer els fonaments bàsics de la gestió per categories i identificar les fases metodològiques amb l'objectiu de posar en pràctica aquest model de gestió.

Pla d'estudis

Taller virtual

El curs comença amb un taller virtual que dura 15 dies i que ha de permetre que l'estudiant es familiaritzi amb el campus virtual.

El professor del taller guiarà l'estudiant en el coneixement dels diferents espais i serveis que el campus inclou, el funcionament de l'aula virtual, l'ús del correu electrònic i dels materials didàctics en web, etc.

Hores lectives: 150

Metodologia: no presencial

Durada: 8 mesos

Material: paper i web

Diploma d'Extensió Universitària de la UOC de responsable de Marxandatge i promoció en el punt de venda



