



Responsable de Merchandising y promoción en el punto de venta

El responsable de merchandising es uno de los especialistas que puede aportar valor añadido para que una empresa pueda diferenciarse de la competencia.



Actualmente, la red comercial se encuentra saturada debido a la proliferación de cadenas comerciales, hipermercados, grandes superficies comerciales, de nuevos pequeños comerciantes, etc.

El responsable de merchandising y promoción en el punto de venta debe contribuir a la organización de los procesos de recepción y colocación de la mercancía en el espacio físico del establecimiento, en la organización de los recursos humanos y materiales, y en la coordinación y control de las actuaciones de promoción en el punto de venta.

El curso se divide en dos bloques:

- Merchandising
- Promoción en el punto de venta

Requisitos de acceso

- Un nivel de estudios correspondiente al Bachillerato (LOGSE) o equivalente (COU, MP3, FP2).
- Una capacidad profesional adecuada.

Objetivos

- Identificar la técnica del merchandising y los elementos que lo componen en el conjunto de la política comercial del establecimiento.
- Determinar el surtido-tipo más adecuado para la política comercial de la empresa y según las características del establecimiento.
- Organizar las secciones dentro del establecimiento, de manera que optimicen la circulación, la visión de los productos y las compras de los clientes.
- Determinar la distribución del lineal y el lineal óptimo, según las características del producto, el tiempo de exposición y otros parámetros de optimización y rentabilidad.
- Definir instrumentos de medida y ratios de control, que se utilizan para valorar la eficacia de una implantación de productos en el lineal.
- Definir los principales elementos de la promoción del punto de venta relacionados con el espacio físico, tanto exterior como interior, del establecimiento comercial.

- Organizar las acciones de promoción del punto de venta con el fin de optimizar la rentabilidad de la sala de ventas.
- Definir modelos de escaparates y analizar su impacto en las ventas.
- Diseñar una campaña de publicidad en la sala de ventas, a partir de los propósitos, los medios adecuados y necesarios, y el presupuesto disponible.
- Conocer los fundamentos básicos de la gestión por categorías e identificar las fases metodológicas con el fin de poner en práctica este modelo de gestión.

Plan de estudios

Taller virtual

El curso se inicia con un taller virtual de 15 días de duración y que tiene que permitir al estudiante familiarizarse con el campus virtual.

El profesor del taller guiará al estudiante en el conocimiento de los diferentes espacios y servicios que incluye el campus, el funcionamiento del aula virtual, el uso del correo electrónico, de los materiales didácticos en web, etc.

Horas lectivas: 150

Metodología: no presencial

Duración: 8 meses

Material: papel y web

Diploma de Extensión Universitaria de la UOC de responsable de merchandising y promoción en el punto de venta



