

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de organizar la implantación de productos/servicios en la superficie de venta. En concreto el alumno será capaz de: Definir distintos tipos de surtido y categoría de productos o categorías de productos para optimizar un espacio de venta Analizar la determinación y organización de un plan de implantación de productos Aplicar métodos de control de la implantación de productos.

CONTENIDOS

UD1. Gestión de Productos y Surtido en el Punto de Venta. 1.1. Clasificación de los productos en el punto de venta. 1.2. Identificación del producto. 1.3. Posicionamiento de los productos: productos atractivos y primeras marcas. 1.4. Acondicionamiento del producto. 1.5. Trazabilidad del producto en el punto de venta. 1.6. El surtido en el punto de venta. 1.7. Métodos de determinación del surtido. 1.8. Elección de las referencias. 1.9. Aplicación de programas informáticos de gestión del surtido. UD2. Organización del Lineal. 2.1. El lineal. 2.2. Reparto del lineal. 2.3. Lineal óptimo según producto y tiempo de exposición. 2.4. Los facings y su gestión. Información del cliente en el lineal. 2.5. Reglas de implantación. 2.6. Organización del trabajo: determinación de tareas cálculo de tiempos recursos humanos y presupuesto. 2.7. Sistemas de reposición de lineales. 2.8. Normativa aplicable a la implantación de productos. 2.9. Aplicaciones informáticas para la optimización del lineal y distribución de lineales. UD3. Control de la Implantación de Productos. 3.1. Instrumentos de control cuantitativos y cualitativos. 3.2. Parámetros de gestión de categorías. 3.3. Cálculo de ratios económico-financieros. 3.4. Análisis e interpretación de los ratios para la gestión de productos. 3.5. Introducción de medidas correctoras. 3.6. Utilización de hojas de cálculo y aplicaciones informáticas en la gestión de productos y surtidos lineal.

