



## ÁREA: COMERCIO

### DISTRIBUCIÓN Y DECORACIÓN DENTRO DEL COMERCIO

80 horas

#### OBJETIVOS:

##### OBJETIVOS GENERALES:

- Proporcionar al alumno unos conocimientos fundamentales y generales en la distribución y decoración de sus comercios para potenciar el rendimiento de las ventas y lograr así una mejora en la calidad de la gestión.
- Dotar al alumno de la formación necesaria para rentabilizar el espacio en el establecimiento y lograr la mejor visualización de los productos para aumentar las ventas.
- El alumno adquiere la capacidad de personalizar el espacio de su comercio y darle una identidad propia.
- El alumno aprenderá a utilizar el espacio a componer distintos tipos de climas, para crear un ambiente que atraiga al consumidor.

##### OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Dar a conocer al alumno técnicas a través de la imagen en las cuales optimizar las ventas en el negocio. Organizando la publicidad y las promociones necesarias en el punto de venta para alcanzar los objetivos previstos.
- Criterios básicos para la colocación y distribución del surtido. Determinando la implantación de productos con el fin de optimizar el lineal.
- Aprender los aspectos básicos de la colocación de los artículos, coordinando las actuaciones de promoción en el punto de venta. Conociendo las opciones que hay en el mercado del mobiliario y sus utilidades.
- Conocer la motivación de los consumidores para orientar los mensajes publicitarios.
- Optimizar circulación, la visión de los productos y las compras de los clientes.
- Estudio del color, de la luz, de la ambientación. Escoger las correctas combinaciones de colores con trabajos cromáticos que determinan sensaciones distintas en cada ambiente, según el carácter q se quiera lograr.
- Saber establecer la iluminación correcta, con los efectos lumínicos recomendados según el espacio a tratar.
- El curso propone investigar el diseño del espacio interior con las distintas tendencias de decoración.

**ÍNDICE:**

**UD1. EL MARKETING EN EL PUNTO DE VENTA**

- 1.1. El marketing y el merchandising
- 1.2. Fases de aplicación del merchandising. Imagen de la empresa
- 1.3. Características del consumidor
- 1.4. Diseño del punto de venta
- 1.5. El surtido. Criterios de determinación del surtido

**UD2. TRATAMIENTO DEL ESPACIO**

- 2.1. Introducción
- 2.2. Mobiliario
- 2.3. Circulación en el establecimiento
- 2.4. Implantación por secciones y por familias de productos
- 2.5. Normativa de seguridad e higiene aplicada a la sala de ventas

**UD3. OPTIMIZACIÓN DEL LINEAL**

- 3.1. Definición e implantación
- 3.2. Criterios organizativos
- 3.3. Cálculo de rentabilidad del lineal

**UD4. DISEÑO Y COMPOSICIÓN DEL ESCAPARATE**

- 4.1. Principios básicos para el diseño del escaparate
- 4.2. Presentación y distribución de los elementos que forman el escaparate
- 4.3. Cómo captar la atención. Rótulos, displays y exhibidores
- 4.4. El planteamiento del escaparate como medio de venta
- 4.5. Investigación y pruebas instrumentales

**UD5. PUBLICIDAD EN EL PUNTO DE VENTA (PLV)**

- 5.1. Planificación e implantación de la plv
- 5.2. Organización de la campaña de promoción en el punto de venta

**UD6. ANIMACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA**

- 6.1. Permanente e intermitente

**UD7. LA ILUMINACIÓN**

- 7.1. Introducción. La luz artificial
- 7.2. Diversos tipos de lámparas. Ventajas e inconvenientes
- 7.3. La iluminación en el comercio
- 7.4. Consejos prácticos para proyectos de iluminación



#### **UD8. EL COLOR**

- 8.1. Introducción: luz y color
- 8.2. El color pigmento. Tono. Saturación. Luminosidad
- 8.3. Psicología del color. Armonía y contraste
- 8.4. Tonos calientes y fríos
  
- 8.5. Dinámica de los colores
- 8.6. El lenguaje de los colores

#### **UD9. DIFERENTES ESTILOS DE LA DECORACIÓN**

- 9.1. Introducción
- 9.2. El estilo clásico
- 9.3. El estilo moderno
- 9.4. El estilo vanguardista
- 9.5. El estilo naturista o rústico
- 9.6. El estilo contemporáneo