ESCAPARATISMO EN ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTACIÓN Y TÉCNICAS DE MARKETING

ESCAPARATISMO EN ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTACIÓN Y TÉCNICAS DE MARKETING

Duración: 60 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

Objetivos:

Este programa formativo ayudará a conocer y perfeccionar la técnica general de presentación de escaparates, al objeto de despertar el interés de los clientes. El escaparatismo comercial busca promover el punto de venta y para ello es indispensable manejar adecuadamente todos los elementos que pueden componer un escaparate incluidos los referentes a la luz y el color. Al final del curso se tratan aplicaciones y técnicas específicas de escaparatismo aplicadas al sector concreto de actividad objeto del curso.

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2024

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.

© icaformación2024

Bolsa de empleo:

El alumno en desemple puede incluir su currículum en nuestra bolsa de empleo y prácticas. Le pondremos en contacto con nuestras empresas colaboradoras en todo el territorio nacional

Comunidad:

Participa de nuestra comunidad y disfruta de muchas ventajas: descuentos, becas, promociones,etc....

Formas de pago:

-Mediante transferencia
-Por cargo bancario
-Mediante tarjeta
-Por Pay pal
-Consulta nuestras facilidades de pago y la posibilidad de fraccionar tus pagos sin intereses

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

LA DIRECCIÓN DE ICAFORMACION
EXPIDE LA SIGUIENTE CERTIFICACIÓN
D. NÉSTOR LÓPEZ MARTÍNEZ
Con D.N.I 0000000 ha superado los estudios correspondientes a
EXPERTO EN OFIMÁTICA
De 300 horas de duración perteneciente al plan de formación de ICAFORMACION
con una calificación de SOBRESALIENTE y para que conste firmo el presente en ...
El Coordinador de Formación
La Dirección del Centro
El interesado

© icaformación2024

Programa del curso:

Escaparatismo en establecimientos de alimentación

1 Principios básicos del escaparatismo
1.1 Introducción
1.2 Aspectos generales en la elaboración de un escaparate
1.3 Principios básicos en el montaje de un escaparate
1.4 Características fundamentales que debe reunir un escaparate
1.5 Principios de composición
1.6 Ejercicio de reflexión
1.7 Cuestionario: Principios básicos de escaparatismo

2 Objetivos Comerciales del Escaparate
2.1 Introducción
2.2 Misión del escaparate
2.3 Finalidad del escaparate
2.4 Ejercicio de reflexión
2.5 Cuestionario: Objetivos comerciales del escaparate

3 Historia del Escaparatismo
3.1 Definición y clasificación de necesidad
3.2 Orígenes
3.3 El pasado del escaparatismo
3.4 El presente del escaparatismo
3.5 Cuestionario: Historia del escaparatismo

4 La percepción sensitiva
4.1 El modelo de la comunicación
4.2 Mensaje que debe transmitir el escaparate
4.3 El principio del umbral de percepción diferencial
4.4 El proceso de percepción
4.5 Introducción a la percepción sensitiva
4.6 Cómo captar la atención
4.7 Ejercicio de reflexión
4.8 Cuestionario: La percepción sensitiva

5 Principios básicos de la comunicación en el punto de venta
5.1 Principios básicos de la comunicación en el punto de venta
5.2 Situación dinámica y estática del cliente
5.3 Publicidad en el lugar de venta
5.4 Puntos fríos y calientes
5.5 Distribución de la mercancia
5.6 Cuestionario: Principios básicos de la comunicación en el punto de venta

6 Comunicación y escaparatismo
6.1 Definición de escaparate

© icaformación2024

6.2 Definición de escaparatista
6.3 Principios de percepción visual en escaparatismo
6.4 Ejercicio de reflexión
6.5 Cuestionario: Comunicación y escaparatismo

7 Elementos que intervienen en la animación de un escaparate
7.1 Elementos de ambientación
7.2 Revestimientos
7.3 Soportes
7.4 Perchas y exhibidores
7.5 Maniquies, modulos, banderas y fondos
7.6 Displays
7.7 Fantasias, demos y platos
7.8 Señalizadores, captadores y cartelerías
7.9 Ejercicio de reflexión
7.10 Cuestionario: Elementos que intervienen en la animación de un escaparate

8 Rotulación y serigrafía
8.1 Rotulación y serigrafía
8.2 La rotulación como imagen
8.3 Sistemas para rotular
8.4 Características y técnicas de la rotulación
8.5 Etiquetas
8.6 Anagramas y logotipos
8.7 Ejercicio de reflexión
8.8 Cuestionario: Rotulación y serigrafía

9 Localización exterior
9.1 La fachada
9.2 El toldo
9.3 La marquesina
9.4 El nombre del establecimiento
9.5 La acera como elemento publicitario
9.6 El hall de la tienda
9.7 El cierre y la puerta
9.8 Ejercicio de reflexión
9.9 Cuestionario: Localización exterior

10 Adecuación de la imagen del escaparate
10.1 Fases de análisis
10.2 Ámbito de influencia y público objetivo
10.3 Escaparatismo y competencia
10.4 Escaparatismo y segmentación del público objetivo
10.5 Ejercicio de reflexión
10.6 Cuestionario: Adecuación de la imagen del escaparate

11 Escaparatismo - presupuesto y programación
11.1 Introducción
11.2 Partidas presupuestarias
11.3 Métodos para presupuestar
11.4 Programa de exposición de productos
11.5 Ejercicio de reflexión
11.6 Cuestionario: Escaparatismo, presupuesto y programación

12 Principios básicos para el diseño y montaje de un escaparate
12.1 Líneas, volúmenes y superficies
12.2 Planificación - La idea

© icaformación2024

12.3 Planificación - El dibujo y el plano
12.4 Planificación - Montaje y decorado
12.5 Objetivos funcionales del montaje de un escaparate
12.6 Principios de utilización y reutilización
12.7 Principios de montaje del escaparate
12.8 Medios - Elementos estructurales y herramientas de trabajo
12.9 Medios - Elementos de fijación
12.10 Medios - Pinturas
12.11 Medios - Ceras, betun, colas y telas
12.12 Cronograma del escaparate I
12.13 Cronograma del escaparate II
12.14 Ejercicio de reflexión
12.15 Cuestionario Principios basicos para el diseÃ±o y montaje de un escaparate
12.16 Cuestionario: Principios básicos para el diseño y montaje de un escaparate

13 Ratios de control y stands
13.1 Ratios de control
13.2 Indicadores de atracción, convicción y efectividad
13.3 Técnicas para elaborar ratios de control
13.4 El stand
13.5 Ejercicio de reflexión
13.6 Cuestionario: Ratios de control y stands

14 El color
14.1 Introducción al color
14.2 La percepción del color
14.3 Cualidades del color
14.4 Clasificación de los colores
14.5 Armonía y contraste
14.6 La psicología del color
14.7 Criterios de selección de colores
14.8 Ejercicio de reflexión
14.9 Cuestionario: El color

15 La iluminación
15.1 La iluminación
15.2 Lamparas, sistemas y accesorios de iluminación
15.3 Aplicación de luz a un local
15.4 Sombras y color
15.5 Ejercicio de reflexión
15.6 Cuestionario: La iluminación

16 Tipos de clasificaciones
16.1 Escaparates segun su ubicación
16.2 Escaparates segun su estructura
16.3 Escaparates segun su presentación
16.4 Escaparates segun su función
16.5 Escaparates segun su producto
16.6 Escaparates segun su género
16.7 Ejercicio de reflexión
16.8 Cuestionario: Tipos de clasificaciones

17 El escaparate en establecimientos de alimentación
17.1 El escaparate en establecimientos de alimentación
17.2 El escaparate en panaderías y pastelerías
17.3 El escaparate en fruterías
17.4 El escaparate en pescaderías y carnicerías

© icaformación2024

17.5 Ejercicio de reflexión
17.6 Cuestionario: El escaparate en los establecimientos de alimentación
17.7 Cuestionario: Cuestionario final

Técnicas de marketing

1 Condicionantes del marketing
1.1 Qué es el marketing
1.2 El consumidor
1.3 La demanda
1.4 El comprador
1.5 El mercado - Segmentación
1.6 Marketing-mix
1.7 Cuestionario: Condicionantes del Marketing

2 Estudio de mercados
2.1 Universo y muestra
2.2 Selección del medio
2.3 Realización y conteo
2.4 Interpretación de la información
2.5 Parámetros estadísticos
2.6 Cuestionario: Estudio de mercados

3 El mercado
3.1 Concepto de producto
3.2 Cualidades de los productos
3.3 Importancia del conocimiento del producto
3.4 Clasificación de los productos
3.5 Ciclo de vida del producto
3.6 Reposicionamiento del producto
3.7 Obsolescencia planificada
3.8 Estacionalidad
3.9 Productos diferenciados y de competencia perfecta
3.10 Producto puro y producto añadido
3.11 Competencia directa y producto sustitutivo
3.12 La importancia de la marca
3.13 Gama y línea de producto
3.14 Cuestionario: El mercado

4 Política de productos
4.1 Línea y artículo
4.2 Estrategias de marca
4.3 Estrategias de empaquetamiento
4.4 Posicionamiento estratégico en el mercado
4.5 Políticas de marketing
4.6 Cuestionario: Política de productos

5 Política de precios
5.1 Fijación de precios
5.2 Política de precios y CVP
5.3 Tácticas de introducción de precios
5.4 Descuentos bonificaciones y rappels
5.5 Cuestionario: Política de precios

6 Política de distribución
6.1 Qué es la distribución
6.2 Venta directa

© icaformación2024

6.3 Venta con intermediarios
6.4 Canales de distribución
6.5 Tipos de distribución
6.6 Selección del canal
6.7 Distribución física de mercancías
6.8 Cuestionario: Política de distribución

7 La comunicación
7.1 Naturaleza y definición
7.2 Tipos de comunicación
7.3 Elementos del proceso de la comunicación
7.4 El proceso de comunicación
7.5 Problemas de la comunicación
7.6 Personalidades de los actores de la comunicación
7.7 Interacción de caracteres
7.8 Comportamientos
7.9 Las comunicaciones
7.10 La comunicación en la venta
7.11 La comunicación oral
7.12 Características de la comunicación oral
7.13 Normas para la comunicación oral efectiva
7.14 Reglas para hablar bien en público
7.15 La comunicación no verbal o lenguaje del cuerpo
7.16 Cuestionario: La comunicación

8 Política de comunicación
8.1 Elementos estratégicos de la política de comunicación
8.2 Seguimiento de la comunicación
8.3 Presupuesto de comunicación
8.4 Composición de la mezcla de comunicación
8.5 Cuestionario: Política de comunicación

9 Publicidad
9.1 Publicidad
9.2 Establecimiento de metas y objetivos
9.3 Decisiones respecto al presupuesto
9.4 Decisiones respecto al mensaje
9.5 Decisiones respecto al medio
9.6 Evaluación y planificación de la campaña
9.7 Cuestionario: Publicidad

10 El perfil del vendedor
10.1 Introducción
10.2 Personalidad del vendedor
10.3 Clases de vendedores
10.4 Los conocimientos del vendedor
10.5 Motivación y destreza
10.6 Análisis del perfil del vendedor
10.7 El papel del vendedor
10.8 Cuestionario: El perfil del vendedor

11 La venta como proceso
11.1 Introducción-1-
11.2 El proceso de compra-venta
11.3 El consumidor como sujeto de la venta
11.4 El comportamiento del consumidor
11.5 Motivaciones de compra-venta

© icaformación2024

11.6 Cuestionario: La venta como proceso

12 Tipología de la venta
12.1 Tipología segun la pasividad - actividad
12.2 Tipología segun la presión
12.3 Tipología segun la implicación del producto
12.4 Tipología segun el público y forma de venta
12.5 Cuestionario: Tipología de la venta

13 Técnicas de ventas
13.1 Introducción
13.2 Fases de la venta
13.3 Contacto y presentación
13.4 Sondeo
13.5 Argumentación
13.6 La entrevista
13.7 Material de apoyo
13.8 El cierre de la venta
13.9 El seguimiento
13.10 Cuestionario: Técnicas de venta

14 Estrategia de ventas
14.1 Previsión de ventas
14.2 Método de encuesta de intención de compra
14.3 Presentación del presupuesto de ventas
14.4 Organización y estructura de ventas
14.5 Personal de ventas
14.6 Cuestionario: Estrategia de ventas
14.7 Cuestionario: Cuestionario final

© icaformación2024