

## (MF0502\_3) Implantación De Productos Y Servicios

**Código del curso:** PD243

**Horas:** 70

### **Descripción del curso:**

Acerca de este curso

Cod: PD243

Unidad 1: Gestión de productos y surtido en el punto de venta. Parte 1

Clasificación de los productos en el punto de venta  
Identificación del producto  
Posicionamiento de los productos  
Acondicionamiento del producto  
Trazabilidad del producto en el punto de venta  
El surtido en el punto de venta y métodos de determinación  
Elección de las referencias y aplicaciones informática

Unidad 2: Gestión de productos y surtido en el punto de venta. Parte 2

El lineal  
Reparto del lineal  
Lineal óptimo según producto y tiempo de exposición  
Reglas de implantación  
Organización del trabajo  
Normativa aplicable a la implantación de productos  
Aplicaciones informáticas para la optimización y distribución

Unidad 3: Control de la implantación de productos

Instrumentos de control cuantitativo y cualitativo  
Parámetros de gestión de categorías  
Cálculo de ratios económicos – financieros  
Análisis e interpretación de los ratios para la gestión de productos  
Introducción de medidas correctoras  
Utilización de hojas de cálculo y aplicaciones informáticas en la gestión de productos y surtidos

¿Qué aprenderás?

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.

Alcanzar las bases para gestionar las diferentes familias de productos.

Conocer la distinta tipología de los productos: rotación, rentabilidad, compra por impulso, etc.

Conocer y aplicar las estrategias de ubicación del producto y hacer más rentable el espacio del punto de venta.

Organizar el punto de venta para incrementar las ventas.

Conocer y organizar las secciones dentro del establecimiento, de manera que optimicen la circulación, la visión de los productos y las compras de la clientela.

Establecer la distribución del lineal, según las características del producto, el tiempo de exposición y otros parámetros de rentabilidad.

Conocer los distintos partes que conforman un lineal.

Conocer maneras de implantación de los productos en el lineal.

Definir los principales elementos de la promoción del punto de venta.

Conocer las distintas formas de organización en el trabajo, tareas y recursos humanos con los que cuenta la empresa.

Fijar métodos de control de implantación de los productos.

Reconocer y desarrollar los instrumentos de control cuantitativo y cualitativo.

Conocer y calcular todas las categorías de parámetros de gestión: margen bruto, beneficio bruto, índice de circulación, índice de atracción.

Ser capaz de interpretar los ratios de gestión de los productos.

Conocer las medidas designadas para la supresión e introducción de nuevas referencias.

Conocer y utilizar una hoja de cálculo para la gestión de los productos.