

Implantación de productos y servicios (MF0502_3)

Implantación de productos y servicios (MF0502_3)

Duración: 70 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

Objetivos:

-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.

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.

© icaformación2026

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.



© icaformación2026

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.

Programa del curso:

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

1.1. Clasificación de los productos en el punto de venta
1.1.1. El surtido
1.1.2. Familias y gamas
1.1.3. Categorías
1.2. Identificación del producto
1.2.1. Características: técnicas, comerciales y psicológicas
1.2.2. Marcas y logos
1.3. Posicionamiento de los productos: productos atractivos y primeras marcas
1.4. Acondicionamiento del producto
1.4.1. Condiciones de conservación
1.4.2. Envoltorios y embalaje
1.4.3. Interpretación de códigos de productos y pictogramas
1.5. Trazabilidad del producto en el punto de venta
1.5.1. Concepto y necesidad
1.6. El surtido en el punto de venta
1.6.1. Composición y caracterización
1.6.2. Objetivos, criterios de clasificación y tipos de surtido
1.7. Métodos de determinación del surtido
1.7.1. Especialización y exclusividad
1.7.2. Surtido extensivo
1.7.3. Surtido estructurado: productos líderes, de reclamo, de marca, productos permanentes y estacionarios
1.8. Elección de las referencias
1.8.1. Determinación del número mínimo, máximo y normal de referencias
1.8.2. Umbral de supresión de referencias
1.9. Aplicación de programas informáticos de gestión del surtido

Unidad didáctica 2: Organización del lineal

2.1. El lineal
2.2. Reparto del lineal
2.2.1. Colocación de productos en el lineal

© icaformación2026

2.2.2. Altura de los lineales y comportamiento de compra
2.3. Lineal óptimo según producto y tiempo de exposición
2.3.1. Dimensión del lineal
2.3.2. Colocación del producto: criterios comerciales y de organización
2.3.3. Colocación horizontal y vertical
2.3.4. Aplicaciones para la optimización del espacio del lineal. El planograma
2.4. Los facings y su gestión. Información del cliente en el lineal
2.5. Reglas de implantación
2.5.1. Rotación de los productos
2.5.2. Lanzamiento de productos
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

Unidad didáctica 3: 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
3.5.1. Supresión e introducción de referencias
3.6. Utilización de hojas de cálculo y aplicaciones informáticas en la gestión de productos y surtidos lineal

© icaformación2026