

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

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:

OBJETIVOS DEL CURSO

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.

INDICE

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

© icaformación2026

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

© icaformación2026

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

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

© icaformación2026

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

© icaformación2026

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

© icaformación2026

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

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 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

© icaformación2026

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

© icaformación2026

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

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

© icaformación2026

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

© icaformación2026

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

© icaformación2026

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

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

© icaformación2026

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

© icaformación2026

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

11.6 Cuestionario: La venta como proceso

12 Tipología de la venta

12.1 Tipología segun la pasividad - actividad

© icaformación2026

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

© icaformación2026