Código: 07721

Unidad Formativa:
MF0502_3 - Implantación de productos y servicios

Módulo: MF0502_3 - IMPLANTACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Certificado de Profesionalidad:
COMP0108 - IMPLANTACIÓN Y ANIMACIÓN DE ESPACIOS COMERCIALES

Modalidad: ONLINE

Duración: 70h.

Metodología

El Curso está desarrollado con una metodología Online. Este sistema de enseñanza e-learning está organizado de tal forma, que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales. Esta modalidad también permite el acceso al curso a aquellas personas que viven en zonas rurales y que tienen interés en continuar formándose.
El alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a su disponibilidad de tiempo.

Se 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 50% del total de las respuestas acertadas. Durante todo el transcurso de la formación, dispondrá de la atención de los tutores, así como la posibilidad de realizar consultas a través de la plataforma de teleformación para cursos online. También podrá acceder a la *Guía didáctica del alumno* dónde aparece el horario de tutorías y demás información relevante.

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la modalidad elegida y de las horas de formación. La titulación será puesta a disposición del alumno en la plataforma de teleformación una vez finalizado el curso.

Profesorado, medios y titulación

Nuestro centro de formación ha sido fundado en 1996 y en la actualidad, tiene presencia a nivel nacional disponiendo de una plantilla de más de 800 docentes entre personal laboral y freelance. Todos ellos son especialistas en diferentes familias profesionales y les acreditan los numerosos cursos que han impartido para nuestro grupo empresarial. Entre nuestro staff de formadores se encuentran ingenieros, arquitectos, economistas, informáticos, publicistas, diseñadores, médicos, enfermeros, veterinarios, fisioterapeutas, psicólogos, sociólogos, periodistas, filólogos, abogados, cocineros, licenciados en administración de empresas, licenciados en actividades físicas y deportivas, jardineros, peluqueros, educadores sociales, etc.

En todos nuestros cursos, independientemente de la metodología, se ponen a disposición del alumno los medios y materiales docentes necesarios para el desarrollo del mismo.
En los cursos en modalidad e-learning, las consultas y tutorías se pueden realizar a través de teléfono, email y la propia plataforma de teleformación.

En cuanto a la titulación, mostramos a continuación, el modelo de diploma que obtendrás a la finalización del curso:

Fundación Estatal
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

DIPLOMA
ACREDITATIVO

D./Dña. **XXXXX XXXXX XXXXX** con D.N.I. **11111111H**, ha realizado, con pleno aprovechamiento, el curso titulado **Curso Intensivo de Inglés B2**, con Código **19656** Grupo **30694**, entre los días **29/06/2023** y**30/08/2023**, con una duración total de **56** horas, en la modalidad formativa **ONLINE**

Contenidos impartidos (Ver Dorso)

Firma y sello de la entidad responsable de impartir la formación

Tel.: 91 1097505
www.aulaforma.es

Fecha de expedición
31 AGO 2023

Firma del alumno

Requistos previos

Estar en posesión de uno de los siguientes títulos:
Título de Bachillerato.
Certificado de profesionalidad del mismo nivel.
Prueba de Acceso a Ciclo Formativo de Grado Superior.
Certificado de profesionalidad de nivel 2 de la misma familia profesional.
Prueba de Acceso a la Universidad (PAU) para mayores de 25 y/o 45 años.

Salidas profesionales

Un certificado de profesionalidad, es un documento que acredita a un trabajador/a en una cualificación profesional del *Catálogo Nacional de las Cualificaciones Profesionales*. Son emitidos por el Servicio Público de Empleo Estatal o, en su caso, por las Comunidades Autónomas, y tienen validez en todo el territorio nacional.

Poseer un certificado de profesionalidad, supone sin lugar a dudas incrementar sustancialmente tu currículum profesional, ya que al ser un documento oficial, se valora en cualquier proceso de selección que convoquen las Administraciones Públicas, y te acredita profesionalmente ante la empresa privada.

Nosotros te formaremos para que puedas optar a conseguir el certificado de profesionalidad elegido, participando en las pruebas que convoque la Administración al amparo del R.D. 1224/2009 de 17 de julio y pudiendo además, convalidar módulos formativos para la obtención de un título de Formación Profesional.

Objetivos

C1: Definir distintos tipos de surtido y categoría de productos o categorías de productos para optimizar un espacio de venta.

CE1.1 Identificar y explicar las características, funciones y naturaleza de los productos que se pueden comercializar en un determinado punto de venta.
CE1.2 Dada una superficie de venta y sus lineales debidamente caracterizados, calcular e interpretar el coeficiente de aplicación del suelo.
CE 1.3 Dadas las características dimensionales de las familias de productos que se van a implantar en un determinado punto de venta y los metros lineales del suelo,

asignar a cada familia los metros lineales que le corresponden aplicando las técnicas de merchandising adecuados.
CE1.4 Identificar y describir los métodos más usuales para la gestión de categorías de productos y determinación del surtido de una familia de productos en una superficie de venta.
CE1.5 A partir de un supuesto punto de venta, con un surtido de productos caracterizado y un volumen de ventas:
- Analizar el surtido utilizando entre otros el método ABC y la regla 20/80.
- Describir como mejorar el surtido en el punto de venta.
CE1.6 Dada una superficie de venta, unas secciones, unos metros de lineal, un surtido de productos que se puede comercializar y unos estudios de mercado:
- Clasificar el surtido en familias, subfamilias y referencias.
- Describir los criterios de clasificación aplicados.
- Determinar la amplitud y profundidad del surtido.
- Calcular el número normal, máximo y mínimo de referencias.
C2: Analizar la determinación y organización de un plan de implantación de productos.

CE2.1 Identificar las funciones del lineal.
CE2.2 Identificar y explicar los criterios comerciales y de organización que optimicen los facings de los productos de un establecimiento comercial.
CE2.3 Describir las principales reglas de implantación visuales para cualquier familia de productos que favorezca el desarrollo de las ventas.
CE2.4 A partir de unos datos sobre unos artículos, familia de artículos, lineal al suelo y lineal desarrollado:
- Determinar la modalidad de implantación que mejor se adapte a cada producto.
- Calcular para cada referencia un número óptimo de facings.
- Calcular el lineal óptimo para cada producto y explicar la aplicación del resultado.
- Utilizar un programa informático de gestión para definir la implantación de la familia de productos.
- Identificar la normativa de seguridad e higiene aplicable a la implantación y manipulación de los artículos.
CE2.5 Identificar y explicar los niveles de exposición en el lineal con distinto potencial de venta.
CE2.6 A partir de la caracterización de un surtido determinado:
- Realizar el análisis del mismo.
- Presentar un plan detallado de implantación de los productos en el lineal mensual, trimestral y anual.
CE2.7 A partir de un plan de implantación de unos productos y de un espacio comercial:
- Determinar las tareas de implantación, orden de las mismas y tiempo de ejecución.
- Definir las tareas de mantenimiento y reposición.
- Calcular el stock de seguridad para que no llegue ha producirse rotura de stock.
- Determinar el personal necesario para llevar a cabo la ubicación de los productos y las acciones de merchandising.
C3: Aplicar métodos de control de la implantación de productos.

CE3.1 Identificar y explicar los instrumentos de medida que se utilizan normalmente

para valorar la eficacia de una implantación de productos en el lineal.
CE3.2 Describir el procedimiento de obtención del valor de los parámetros que intervienen en el cálculo de los ratios de control.
CE3.3 A partir de unos datos sobre la caracterización física de un establecimiento -superficie de venta en m2, coeficiente de ocupación de los suelos, metros de mobiliario, número de elementos, lineal al suelo, lineal desarrollado-, una implantación de productos, unos objetivos planteados y unos datos económicos sobre las ventas después de impuestos y el beneficio bruto antes de impuestos, y utilizando, en su caso, hojas de cálculo informático:
- Calcular el rendimiento por m2 de superficie de venta y por metro lineal de suelo, utilizando los ratios necesarios.
- Calcular la eficacia de la implantación de productos, utilizando los principales ratios que la cuantifican.
- Calcular la rentabilidad del lineal.
- Calcular la rotación del surtido en el lineal
- Representar las curvas de ventas de los productos en función del lineal asignado.
- Interpretar los resultados obtenidos y plantear medidas correctoras para el logro de objetivos.
CE 3.4 Dado un producto debidamente caracterizado, determinar el umbral de supresión de referencias.
CE 3.5 Dados los datos de un establecimiento comercial: número de actos de compra de una familia de productos, número total de ventas del establecimiento, precio medio del producto en la familia, gasto medio de la familia en este producto, precio de venta, precio de compra, cantidades vendidas, lineal desarrollado y coeficiente de rotación, utilizando, en su caso, hojas de cálculo informático:
- Calcular el índice de rentabilidad.
- Representar el diagrama de rentabilidad.
- Interpretar los resultados, limitar las desviaciones estableciendo las correcciones necesarias y elaborar un informe.
- Calcular la rentabilidad del merchandising acorde a cada familia de productos.

Contenidos

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

- Clasificación de los productos en el punto de venta:
· El surtido.
· Familias y gamas.
· Categorías.
- Identificación del producto:
· Características: técnicas, comerciales y psicológicas
· Marcas y logos.
- Posicionamiento de los productos: productos atractivos y primeras marcas.
- Acondicionamiento del producto:
· Condiciones de conservación.
· Envoltorios y embalaje.
· Interpretación de códigos de productos y pictogramas.
- Trazabilidad del producto en el punto de venta.
· Concepto y necesidad.
- El surtido en el punto de venta:
· Composición y caracterización.
· Objetivos, criterios de clasificación y tipos de surtido.
- Métodos de determinación del surtido:
· Especialización y exclusividad.
· Surtido extensivo.
· Surtido estructurado: Productos líderes, de reclamo, de marca, productos permanentes y estacionarios.
- Elección de las referencias:
· Determinación del número mínimo, máximo y normal de referencias.
· Umbral de supresión de referencias.
- Aplicación de programas informáticos de gestión del surtido.
2. Organización del lineal:

- El lineal:
· Definición.
· Funciones.
· Zonas.
· Niveles.
· Frontales
· Facings.
- Reparto del lineal.
· Colocación de productos en el lineal.
· Altura de los lineales y comportamiento de compra.
- Lineal óptimo según producto y tiempo de exposición.
· Dimensión del lineal.
· Colocación del producto: criterios comerciales y de organización.

· Colocación horizontal y vertical.
· Aplicaciones para la optimización del espacio del lineal. El planograma.
- Los facings y su gestión. Información del cliente en el lineal.
- Reglas de implantación:
· Rotación de los productos.
· Lanzamiento de productos.
- Organización del trabajo: Determinación de tareas, cálculo de tiempos, recursos humanos y presupuesto.
- Sistemas de reposición de lineales.
- Normativa aplicable a la implantación de productos.
- Aplicaciones informáticas para la optimización del lineal y distribución de lineales.
3. Control de la implantación de productos:

- Instrumentos de control cuantitativos y cualitativos.
- Parámetros de gestión de categorías:
· Margen bruto,
· Cifra de facturación,
· Beneficio bruto,
· Índice de circulación,
· Índice de atracción,
· Índice de compra,
· Tasa de marca,
· Precio de venta,
· Ratio de productividad del lineal,
· Coeficiente de rotación,
· Ratio de rotación de stock,
· Ratio de rentabilidad del stock,
· Índice de rentabilidad del lineal,
· Ratio de beneficio del lineal,
· Índice de rentabilidad del lineal desarrollado,
· Rendimiento del lineal.
- Cálculo de ratios económico-financieros.
- Análisis e interpretación de los ratios para la gestión de productos.
- Introducción de medidas correctoras:
· Supresión e introducción de referencias.
- Utilización de hojas de cálculo y aplicaciones informáticas en la gestión de productos y surtidos.