

# Marketing en el punto de venta. Merchandising

60 Horas

## Objetivos:

- Asimilar que el merchandising es una de las piezas clave en la distribución, disfrutando de poco tiempo para captar la atención del consumidor. Valorar el merchandising como una inversión a largo plazo.
- Aumentar las ventas a través del lineal más rentable tanto para el fabricante como para el distribuidor, y de este modo lograr satisfacer las necesidades del consumidor.
- Aprovechar para optimizar mejor los metros lineales de sus establecimientos.

Conocer las herramientas más adecuadas para conseguir una mejor presencia de sus productos en los puntos de venta.

## Contenidos:

Unidad didáctica 1: Introducción al Merchandising

Unidad didáctica 2: El Merchandising como elemento del marketing

Unidad didáctica 3: El proceso de decisión de compra I

Unidad didáctica 4: El proceso de decisión de compra II

Unidad didáctica 5: Disposición exterior del punto de venta: Fachada

Unidad didáctica 6: Disposición exterior del punto de venta: Escaparate

Unidad didáctica 7: Disposición interna del punto de venta

Unidad didáctica 8: La animación en el punto de venta I

Unidad didáctica 9: La animación en el punto de venta II

Unidad didáctica 10: La publicidad en el lugar de ventas I

Unidad didáctica 11: La publicidad en el lugar de ventas II

Unidad didáctica 12: El surtido como respuesta a las necesidades del cliente / consumidor

Unidad didáctica 13: El surtido con marca del distribuidor

Unidad didáctica 14: La gestión del lineal