

# INENKA

BUSINESS SCHOOL

## MÁSTER EN IMPLANTACIÓN, DINAMIZACIÓN Y ANIMACIÓN DE ESPACIOS COMERCIALES

CON CERTIFICACIÓN UNIVERSITARIA INTERNACIONAL + RECONOCIMIENTO DE 60 ECTS Y PRÁCTICAS GARANTIZADAS

INA056

[www.escuelainenka.com](http://www.escuelainenka.com)



Certificación universitaria internacional



Escuela asociada a:



CECAP

a3en



## DESTINATARIOS

El **Máster en Implantación, Dinamización y Animación de Espacios Comerciales** va dirigido a todas aquellas personas que deseen especializarse en mejorar la organización del espacio en el punto de venta para aumentar los beneficios. A lo largo de la titulación, el alumno estudiará el merchandising en el punto de venta, así como la normativa aplicable a las superficies comerciales. Una vez adquiridos estos conocimientos, el estudiante aprenderá a analizar el comportamiento del consumidor en el punto de venta y a identificar los puntos fríos y calientes en el espacio comercial. Por otro lado, también se formará en el diseño interior del establecimiento comercial, aprendiendo elementos sobre la distribución del espacio, sus dimensiones, los elementos interiores, la implantación de las secciones o la disposición del mobiliario, entre otros conceptos clave que también influyen en el diseño de un espacio comercial. Además, el temario también tratará el diseño exterior, haciendo especial hincapié a la normativa municipal y a los trámites que se deben realizar para la implantación de rótulos, toldos o iluminación exterior. Durante el Máster, el alumno estudiará temas tan importantes como la organización del lineal, las acciones promocionales, el escaparatismo o el marketing y la comercialización online.



## MODALIDAD

Puedes elegir entre:

- **A DISTANCIA:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu domicilio el pack formativo que consta de los manuales de estudio y del cuaderno de ejercicios.
- **ON LINE:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu correo electrónico las claves de acceso a nuestro Campus Virtual donde encontrarás todo el material de estudio.

Ambas modalidades incluyen **PRÁCTICAS GARANTIZADAS** en empresas. Mediante este proceso se suman las habilidades prácticas a los conceptos teóricos adquiridos en el curso. Las prácticas serán presenciales, de 3 meses aproximadamente, en una empresa cercana al domicilio del alumno.



## DURACIÓN

La duración del curso es de 1500h, reconocidas con 60 ECTS.



## IMPORTE

Importe Original: ~~3600€~~

**Importe Actual: 1800€**



## CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el "**MÁSTER EN IMPLANTACIÓN, DINAMIZACIÓN Y ANIMACIÓN DE ESPACIOS COMERCIALES**", de INENKA BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP y AEEN, máximas instituciones españolas en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez de los contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

Junto al diploma, el alumno recibirá un Carné Acreditativo de la formación firmado y sellado por la escuela, válido para demostrar los contenidos adquiridos.

Además el alumno recibirá una Certificación Universitaria Internacional de la Universidad Católica de Cuyo-DQ con un reconocimiento de 60 ECTS.



## CONTENIDO FORMATIVO

### MÓDULO 1. IMPLANTACIÓN DE ESPACIOS COMERCIALES

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA ORIENTADO AL CLIENTE

1. El punto de venta y la superficie comercial:
2. Marketing en el punto de venta: el merchandising.
3. Relaciones entre fabricante y superficies comerciales.
4. Normativa aplicable a las superficies comerciales.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS BÁSICO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN EL PUNTO DE VENTA

1. El comportamiento del consumidor ¿Qué, quién, porque, cómo, cuándo, dónde, cuánto, cómo se utiliza la compra?
2. Diferencias entre el comprador y el consumidor.
3. Tipos de clientes y unidades de consumo.
4. Determinantes internos del comportamiento del consumidor.
5. Determinantes externos del comportamiento del consumidor.
6. La segmentación de mercados y los puntos de venta. Especialización de los establecimientos comerciales.
7. Impacto del merchandising en el proceso de decisión de compra y el comportamiento del consumidor.
8. Aplicación de la teoría del comportamiento del consumidor a la implantación de espacios comerciales. Puntos calientes y fríos.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. DISEÑO INTERIOR DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL

1. Distribución del espacio interior.
2. Dimensión del espacio comercial interior.
3. Elementos interiores del establecimiento comercial.
4. Ambiente del establecimiento.
5. Distribución de pasillos. Situación.
6. Implantación de las secciones.
7. Disposición del mobiliario.
8. Utilización de aplicaciones informáticas de diseño interior del espacio comercial.

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. DISEÑO EXTERIOR DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL

1. Promoción visual del establecimiento.
2. Tratamiento promocional del espacio exterior al establecimiento.
3. Elementos externos del establecimiento comercial.
4. Tipos de rótulos exteriores.
5. Iluminación exterior.
6. El toldo y su colocación.
7. El escaparate.
8. El hall del establecimiento.
9. Normativa y trámites administrativos en la implantación externa de espacios comerciales abiertos. Normativa municipal.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO DE IMPLANTACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

1. Recursos humanos y materiales en la organización del punto de venta.
2. Planificación del trabajo a realizar.
3. Presupuestos de implantación.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA IMPLANTACIÓN DE ESPACIOS COMERCIALES Y EL DESARROLLO VIRTUAL

1. Marketing y comercialización online de bienes y servicios.
2. Diferencias y complementariedad entre la implantación física e implantación virtual de un negocio.
3. Características de Internet como canal de comunicación y comercialización de productos.
4. Objetivos de la tienda y el supermercado virtual.
5. La venta electrónica frente a las webs informativas.
6. Análisis del espacio comercial virtual

### MÓDULO 2. IMPLANTACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN DE PRODUCTOS Y SURTIDO EN EL PUNTO DE VENTA

1. Clasificación de los productos en el punto de venta
2. Identificación del producto.
3. Posicionamiento de los productos: productos atractivos y primeras marcas.
4. Acondicionamiento del producto.
5. El surtido en el punto de venta.
6. Métodos de determinación del surtido.

7. Elección de las referencias.
8. Aplicación de programas informáticos de gestión del surtido.
9. Trazabilidad del producto en el punto de venta.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DEL LINEAL**

1. El lineal.
2. Reparto del lineal.
3. Lineal óptimo según producto y tiempo de exposición.
4. Los facings y su gestión. Información del cliente en el lineal.
5. Reglas de implantación.
6. Organización del trabajo: Determinación de tareas, cálculo de tiempos, recursos humanos y presupuesto.
7. Sistemas de reposición de lineales.
8. Normativa aplicable a la implantación de productos.
9. Aplicaciones informáticas para la optimización del lineal y distribución de lineales.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTROL DE LA IMPLANTACIÓN DE PRODUCTOS**

1. Instrumentos de control cuantitativos y cualitativos.
2. Parámetros de gestión de categorías.
3. Cálculo de ratios económico-financieros.
4. Análisis e interpretación de los ratios para la gestión de productos.
5. Introducción de medidas correctoras.
6. Utilización de hojas de cálculo y aplicaciones informáticas en la gestión de productos y surtidos.

## **MÓDULO 3. PROMOCIONES COMERCIALES**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROMOCIÓN EN EL PUNTO DE VENTA**

1. Comunicación comercial.
2. Planificación de actividades promocionales según el público objetivo.
3. La promoción del fabricante y del establecimiento.
4. Formas de promoción dirigidas al consumidor.
5. Selección de acciones.
6. Animación de puntos calientes y fríos en el establecimiento comercial.
7. Utilización de aplicaciones informáticas de gestión de proyectos/tareas.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. MERCHANDISING Y ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTA**

1. Definición y alcance del merchandising.
2. Tipos de elementos de publicidad en el punto de venta.
3. Técnicas de rotulación y serigrafía.
4. Mensajes promocionales.
5. Aplicaciones informáticas para la autoedición de folletos y carteles publicitarios.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTROL DE LAS ACCIONES PROMOCIONALES**

1. Criterios de control de las acciones promocionales.
2. Cálculo de índices y ratios económico-financieros
3. Análisis de resultados
4. Aplicación de medidas correctoras en el punto de venta.
5. Utilización de hojas de cálculo informático para la organización y control del trabajo.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 4. ACCIONES PROMOCIONALES ONLINE**

1. Internet como canal de información y comunicación de la empresa/establecimiento.
2. Herramientas de promoción online, sitios y estilos web para la promoción de espacios virtuales.
3. Páginas web comerciales e informativas
4. Elementos de la tienda y/o espacio virtual
5. Elementos de la promoción online.

## **MÓDULO 4. ESCAPARATISMO COMERCIAL**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DEL ESCAPARATE**

1. El escaparate y la comunicación.
2. La percepción y la memoria selectiva.
3. La imagen a proyectar del escaparate.
4. La asimetría y la simetría del escaparate.
5. La geometría del escaparate.
6. Eficacia del escaparate.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO E IMAGEN DEL ESCAPARATE COMERCIAL**

1. Principios básicos del escaparatismo
2. Análisis del color en la definición del escaparate.
3. Análisis de la iluminación en el escaparatismo.
4. Elementos estructurales del escaparate.
5. Módulos carteles, señalizaciones entre otras.

6. Aplicación del color e iluminación al escaparate.
7. Valoración de un escaparate.
8. Materiales.
9. Realización de bocetos de escaparates.
10. Utilización de programas informáticos de dibujo, diseño y distribución del escaparate.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. ORGANIZACIÓN DEL MONTAJE DEL ESCAPARATE COMERCIAL**

1. Planificación de actividades.
2. Organización de la preparación de los materiales y herramientas.
3. Cronograma y ejecución de tareas y montaje.
4. Elaboración del presupuesto del escaparate comercial.
5. Seguridad e higiene en el montaje de escaparate.
6. Simulación de la supervisión y organización del montaje de escaparate/s comercial/es.