

COMT085PO FACTORES DE ORGANIZACIÓN EN PEQUEÑO ESTABLECIMIENTO COMERCIAL



350,00 € - 450,00 €

El curso COMT085PO Factores de Organización en Pequeño Establecimiento Comercial es una especialidad formativa que pertenece a la Familia Profesional del Comercio y Marketing. Este curso COMT085PO Factores de Organización en Pequeño Establecimiento Comercial permite al alumno obtener las capacidades necesarias a la hora de gestionar y optimizar la venta de un pequeño comercio, enfocándose en aspectos como la imagen comercial, los clientes, precios y recursos humanos entre otros.

Categorías: [Comercio y Marketing](#), [Cursos online](#) |

INFORMACIÓN

Duración	210 h
Modalidad	Online
Docencia	TUTOR PERSONAL

Prácticas	GESTIÓN DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS
Método de pago	FINANCIACIÓN SIN INTERESES
Centro de empleo	AGENCIA DE COLOCACIÓN
Formación acreditada	CENTRO ACREDITADO POR EL SEPE

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL FACTOR IMAGEN COMERCIAL.

1. La comunicación y la imagen comercial.
2. Las zonas exteriores del punto de venta.
3. Las zonas interiores del punto de venta.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL FACTOR CLIENTE.

1. ¿Quiénes son sus clientes?
2. ¿Qué crea insatisfacción?
3. ¿Qué puede aprender de las quejas de sus clientes?
4. ¿Qué motiva el comportamiento del cliente?
5. ¿Cómo se responde de forma positiva?
6. ¿Qué papel juegan las emociones?
7. Descubramos las necesidades de nuestros/as clientes/as.
8. La comunicación es la clave.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL FACTOR COMPRA.

1. Concepto de mercado.
2. Tipos de mercado.
3. El comportamiento del consumidor ¿Qué, quién, por qué, cómo, cuándo, dónde, cuánto, cómo se utiliza la compra?
4. Diferencias entre el comprador y el consumidor.
5. Tipos de clientes y unidades de consumo.
6. Determinantes externos el comportamiento del consumidor.
7. La segmentación de mercados y los puntos de venta, especialización de los establecimientos

comerciales.

8. Impacto del merchandising en el proceso de decisión del compra y el comportamiento del consumidor.
9. Aplicación de la teoría del comportamiento del consumidor a la implantación de espacios comerciales. Puntos calientes y fríos.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL FACTOR PRECIO.

1. El concepto del producto.
2. Clasificación de los productos. Diferenciación del producto.
3. Calidad del producto.
4. Diseño y desarrollo del producto.
5. Decisiones sobre el precio.
6. El concepto de precio: El precio como concepto de marketing.
7. Condicionantes en la fijación de precios.
8. Métodos de fijación de precios. Estrategia de precios.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL FACTOR RECURSOS HUMANOS.

1. Cualidades del vendedor.
2. Motivaciones profesionales.
3. Medios de comunicación.
4. Evaluación de sí mismo.
5. Técnicas de afirmación de la personalidad.
6. Nociones de psicología aplicada a la venta.
7. La venta y su desarrollo.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL FACTOR RENTABILIDAD.

1. Introducción: Los factores de rentabilidad de un comercio.
2. La localización.
3. La rotación.
4. La fidelización.
5. La ocasionalidad.
6. La interdependencia.