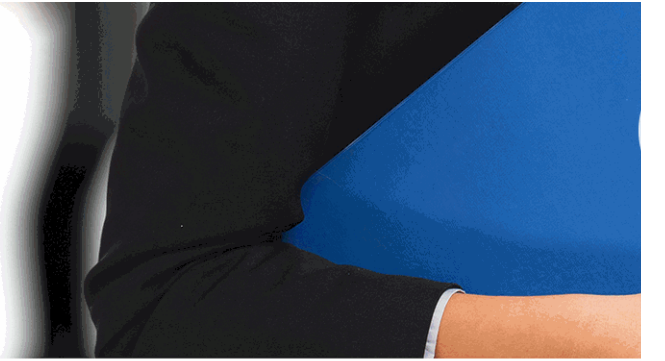
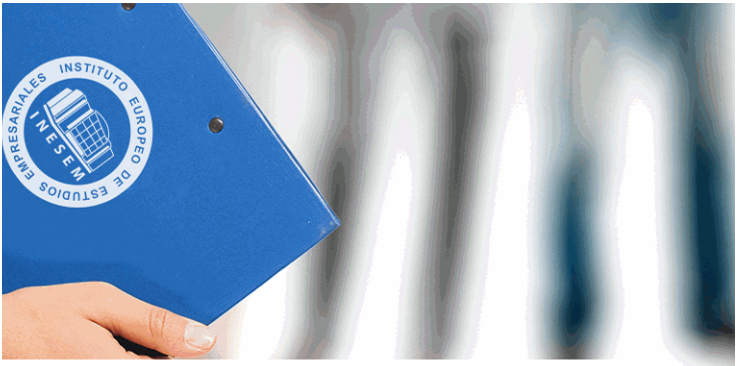


INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES
INESEM

I N

BU

Postgrado en Técnicas d



N E S E M

SINESS SCHOOL

e *Venta en Supermercados*

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada empre

Postgrado en Técnicas d

duración total: 300 horas ***horas telefo***

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

+ Información Gratis

descripción

A la hora de tratar con clientes la relación entre el vende
una buena relación y del entendimiento entre ambos se
decir, al cumplimiento de los objetivos de ambas partes.
Venta en Supermercados podrá conocer las técnicas op
supermercados para poder satisfacer las necesidades d

+ Información Gratis

+ Información Gratis

a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo q
conocimientos técnicos en este área.

+ Información Gratis

objetivos

- Conocer las herramientas necesarias para realizar una
- Fomentar las características del buen vendedor.
- Desarrollar (o afianzar) ciertos conocimientos relaciona
- Mejorar el servicio y atención al cliente.
- Desarrollar numerosas habilidades sociales que nos a
- Conocer cómo actuar como buenos vendedores en la

+ Información Gratis

para qué te prepara

Este Postgrado en Técnicas de Venta en Supermercado
psicología desde el punto de vista del consumidor como
consiste el servicio o la atención al cliente y cómo poder
decisión de compra. Además podrá saber las técnicas p

salidas laborales

Supermercados / Animación en el punto de venta / Profe

+ Información Gratis

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte
Oficial que acredita el haber superado con éxito todas la
el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la du
alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que e
firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de l
recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).

+ Información Gratis

INESEM
Instituto Europeo de Estudios Empresariales

INSTITUTO EUROPEO DE EST

como centro de Formación acreditado para la im
EXPIDE LA SIGUIENTE

NOMBRE DEL A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los

Nombre de la Acc

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formac
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con

Con una calificación de S

Y para que conste expido la pre
Granada, a (día) de (m

La direccion General

MARIA MORENO HIDALGO

Sello

forma de bonificación

+ Información Gratis

Centro de Formación
Superior de POSTGRADO
INESEM

'UDIOS EMPRESARIALES

ıpartición a nivel nacional de formación
: TITULACIÓN

ALUMNO/A

s estudios correspondientes de

ión Formativa

ión INESEM en la convocatoria de XXXX
ı número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

SOBRESALIENTE

ısente TITULACIÓN en
es) de (año)

Firma del alumno/a

NOMBRE DEL ALUMNO/A

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los s
mes a la Seguridad Social.

+ Información Gratis

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a trav
metodología de aprendizaje online, el alumno debe avar
itinerario formativo, así como realizar las actividades y a
del itinerario, el alumno se encontrará con el examen fin
mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para pode

Nuestro equipo docente y un tutor especializado har
todos los progresos del alumno así como estableciendo
consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar to
Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunid
aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

+ Información Gratis

materiales didácticos

- Manual teórico 'Reponedor de Supermercado'
- Manual teórico 'Psicología y Técnicas de Venta - Vol
- Manual teórico 'Psicología y Técnicas de Venta - Vol

+ Información Gratis

+ Información Gratis

profesorado y servicio de tutorías

+ Información Gratis

Nuestro equipo docente estará a su disposición para
de contenido que pueda necesitar relacionado con el cu
nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email
un documento denominado “Guía del Alumno” entregad
Contamos con una extensa plantilla de profesores espe
con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y form
como solicitar información complementaria, fuentes bibli
Podrá hacerlo de las siguientes formas:

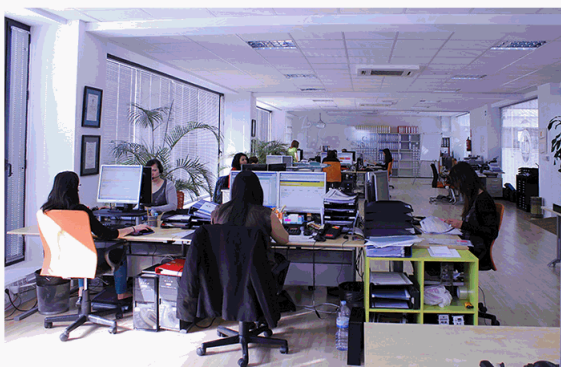
- **Por e-mail**: El alumno podrá enviar sus dudas y co
respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono**: Existe un horario para las tutorías tel
hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual**: El alumno/a puede c
del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizan

+ Información Gratis

+ Información Gratis



+ Información Gratis

e Venta en Supermercados

y matrículas: 958 050 240 fax: 958 050 245

plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo par
misma duración del curso. Existe por tanto un calendari
de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cu
de inesem ofrece contenidos multimedia de alta calidad

+ Información Gratis

a la finalización del curso, que dependerá de la

o formativo con una fecha de inicio y una fecha

ursos de modalidad online, el campus virtual

y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de
disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y pron
para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, p
artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de op
administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

+ Información Gratis

Este sistema comunica al alumno directamente con nue
de matriculación, envío de documentación y solución de

Además, a través de nuestro gestor documental, el alum
sus documentos, controlar las fechas de envío, finalizac
lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos,
seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo

PARTE 1. REPONEDOR DI

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL MERCADO

1. Concepto de mercado.
2. Definiciones y conceptos relacionados.

+ Información Gratis

3.División del mercado.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANIMACIÓN EN EL PUNTO DE

1.Merchandising.
2.Condiciones ambientales.
3.Captación de clientes.
4.Diseño interior.
5.Situación de las secciones.
6.Animación.
7.Mobiliario.
8.La circulación de los clientes.
9.Distribución de las secciones.
10.La cartelería y señalización.
11.Exterior del punto de venta.
12.La identidad, logo y rótulo.
13.Entrada al establecimiento.
14.Acciones para tener un comercio actual.
15.¿Dónde establezco el punto de venta?
16.¿Por qué es importante la imagen exterior de mi pu
17.El escaparate.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ORGANIZACIÓN DEL LINEAL

+ Información Gratis

1.El lineal.
2.Optimización de líneas.
3.Reparto del lineal.
4.Lineal óptimo según producto y tiempo de exposiciór
5.La implantación del lineal.
6.Sistemas de reposición de lineales.
7.Normativa aplicable a la implantación de productos.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ASPECTOS GENERALES SOB VENTA

1.Concepto y tipos de merchandising.
2.Análisis de la promoción en el punto de venta.
3.Objetivos del merchandising promocional.
4.Tipos de promociones en el punto de venta.
5.Tipos de periodos para animar el establecimiento.
6.Actitudes para un buen funcionamiento de su negoc
7.¿Cómo gestionar eficazmente el área expositiva?
8.Técnicas de animación.
9.La publicidad en el lugar de venta (PLV).
10.Elementos de venta visual.
11.Medios publicitarios.

+ Información Gratis

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE PRODUCTOS Y S

1.Clasificación de los productos en el punto de venta.
2.Identificación del producto.
3.Posicionamiento de los productos: productos atracti
4.Acondicionamiento del producto.
5.Trazabilidad del producto en el punto de venta.
6.El surtido en el punto de venta.
7.Métodos de determinación del surtido.
8.Elección de las referencias.
9.Aplicación de programas informáticos de gestión del

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS DE EMPAQUETAD

1.Tipos de finalidad de empaquetados.
2.Técnicas de empaquetado.
3.Características de los materiales.
4.Utilización y optimización de materiales.
5.Colocación de adornos adecuados a cada campaña
6.Plantillas y acabados.
7.Requisitos del puesto de trabajo.
8.Gestión de residuos.
9.Envases.

+ Información Gratis

10.Embalajes.
11.Asimilables y residuos domésticos.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONTROL DE LA IMPLANTAC

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
5.Introducción de medidas correctoras.
6.Utilización de hojas de cálculo y aplicaciones inform
7.Los inventarios.
8.Métodos de gestión de los inventarios.
9.Elaboración de un inventario.
10.Métodos de gestión de stocks.
11.Stock de seguridad.
12.Modelos de gestión de stock.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MANIPULACIÓN HIGIÉNICA D

1.Los métodos de conservación de los alimentos.
2.El envasado y la presentación de los alimentos.
3.El etiquetado de alimentos y las marcas de salubrida
4.Prácticas higiénicas y requisitos en la elaboración, t

+ Información Gratis

alimentos.

5.Requisitos de los materiales en contacto con los alin
6.Higiene del manipulador.
7.Higiene en locales, útiles de trabajo y envases.
8.Limpieza y desinfección.
9.Control de plagas.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. IMPLANTACIÓN Y MANTENIM

1.Introducción.
2.Requisitos para la implantación.
3.Equipo para la implantación.
4.Sistemas de vigilancia.
5.Registro de datos.
6.Instalaciones y equipos.
7.Mantenimiento de un sistema APPCC.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PREVENCIÓN DE RIESGOS L

1.Introducción.
2.Factores y situaciones de riesgo.
3.Daños derivados del trabajo.
4.Consideraciones específicas de seguridad.
5.Medidas de prevención y protección.

+ Información Gratis

6.Riesgos biomecánicos asociados al manipulado de f

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PRIMEROS AUXILIOS

1.Introducción.
2.Principios de actuación en primeros auxilios.
3.Terminología clínica.
4.Valoración del estado del accidentado: valoración pr
5.Contenido básico del botiquín de urgencias.
6.Legislación en primeros auxilios.
7.Conocer o identificar las lesiones.
8.Recursos necesarios y disponibles.
9.Fases de la intervención sanitaria en emergencia.
10.Exploración de la víctima.

UNIDAD DIDÁCTICA 12. COMPETENCIAS ESPECÍFIC
SUPERMERCADOS

1.Figura del reponedor/reponedora.
2.Competencias en el contexto laboral.
3.¿Cómo se adquieren las competencias?
4.Competencias, tipología y significado.
5.Competencias básicas en tareas de reposición.
6.Herramientas utilizadas en tareas de reposición.

+ Información Gratis

PARTE 2. PSICOLOGÍA Y

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL MERCADO

1.Concepto de mercado
2.Definiciones y conceptos relacionados
3.División del mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FASES DEL MERCADO

1.Ciclo de vida del producto
2.El precio del producto
3.Ley de oferta y demanda
4.El precio y al elasticidad de la demanda
5.Comercialización y mercado
6.La marca

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTUDIOS DE MERCADO Y S

1.Estudios de mercado
2.Ámbitos de aplicación del estudio de mercados
3.Tipos de diseño de la investigación de los mercados
4.Segmentación de los mercados
5.Tipos de mercado
6.Posicionamiento

+ Información Gratis

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL CONSUMIDOR

1.El consumidor y sus necesidades
2.La psicología; mercado
3.La psicología; consumidor
4.Necesidades
5.Motivaciones
6.Tipos de consumidores
7.Análisis del comportamiento del consumidor
8.Factores de influencia en la conducta del consumidc
9.Modelos del comportamiento del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SERVICIO/ASISTENCIA AL CL

1.Servicio al cliente
2.Asistencia al cliente
3.Información y formación del cliente
4.Satisfacción del cliente
5.Formas de hacer el seguimiento
6.Derechos del cliente-consumidor
7.Tratamiento de reclamaciones
8.Tratamiento de dudas y objeciones

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL PROCESO DE COMPRA

+ Información Gratis

1.Proceso de decisión del comprador
2.Roles en el proceso de compra
3.Complejidad en el proceso de compra
4.Tipos de compra
5.Variables que influyen en el proceso de compra

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PUNTO DE VENTA

1.Merchandising
2.Condiciones ambientales
3.Captación de clientes
4.Diseño interior
5.Situación de las secciones
6.Zonas y puntos de venta fríos y calientes
7.Animación

UNIDAD DIDÁCTICA 8. VENTAS

1.Introducción
2.Teoría de las ventas
3.Tipos de ventas
4.Técnicas de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL VENDEDOR. PSICOLOGÍA

1.El vendedor

+ Información Gratis

2.Tipos de vendedores
3.Características del buen vendedor
4.Cómo tener éxito en las ventas
5.Actividades del vendedor
6.Nociones de psicología aplicada a la venta
7.Consejos prácticos para mejorar la comunicación
8.Actitud y comunicación no verbal

UNIDAD DIDÁCTICA 10. MOTIVACIONES PROFESION

1.La motivación
2.Técnicas de motivación
3.Satisfacción en el trabajo
4.Remuneración comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 11. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1.Proceso de comunicación
2.Elementos de la comunicación comercial
3.Estructura del mensaje
4.Fuentes de información
5.Estrategias para mejorar la comunicación
6.Comunicación dentro de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 12. HABILIDADES SOCIALES Y F

+ Información Gratis

1.¿Qué son las habilidades sociales?
2.Escucha activa
3.Lenguaje corporal

UNIDAD DIDÁCTICA 13. EVALUACIÓN DE SÍ MISMO.

1.Inteligencias múltiples
2.Técnicas de afirmación de la personalidad; la autoes
3.Técnicas de afirmación de la personalidad; el autorr
4.Técnicas de afirmación de la personalidad; la asertiv

UNIDAD DIDÁCTICA 14. INTELIGENCIA EMOCIONAL

1.Introducción
2.Cociente Intelectual e Inteligencia Emocional
3.El lenguaje emocional
4.Habilidades de la Inteligencia Emocional
5.Aplicación de la Inteligencia Emocional a la vida y é
6.Establecer objetivos adecuados
7.Ventajas del uso de la Inteligencia Emocional en la e

UNIDAD DIDÁCTICA 15. LA VENTA Y SU DESARROLI

1.Metodología que debe seguir el vendedor
2.Ejemplo de una preparación en la información e inve

UNIDAD DIDÁCTICA 16. LA VENTA Y SU DESARROLI

+ Información Gratis

1.Presentación
2.Cómo captar la atención
3.Argumentación
4.Contra objeciones
5.Demostración
6.Negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 17. LA NEGOCIACIÓN

1.Concepto de negociación
2.Bases fundamentales de los procesos de negociaci
3.Tipos de negociadores
4.Las conductas de los buenos negociadores
5.Fases de la negociación
6.Estrategias de negociación
7.Tácticas de negociación
8.Cuestiones prácticas de negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 18. EL CIERRE DE LA VENTA. LA

1.Estrategias para cerrar la venta
2.Tipos de clientes; cómo tratarlos
3.Técnicas y tipos de cierre
4.Cómo ofrecer un excelente servicio postventa

+ Información Gratis

+ Información Gratis