



Guía Didáctica

Implantación de productos y
servicios (MF0502_3)

Objetivos

□ **Objetivos Generales**

- Definir distintos tipos de surtido y categoría de productos o categorías de productos para optimizar un espacio de venta.
- Analizar la determinación y organización de un plan de implantación de productos.
- Aplicar métodos de control de la implantación de productos.

□ **Objetivos Específicos**

- Alcanzar las bases para gestionar las diferentes familias de productos.
- Conocer la distinta tipología de los productos: rotación, rentabilidad, compra por impulso, etc.
- Conocer y aplicar las estrategias de ubicación del producto y hacer más rentable el espacio del punto de venta.
- Organizar el punto de venta para incrementar las ventas.
- Conocer y organizar las secciones dentro del establecimiento, de manera que optimicen la circulación, la visión de los productos y las compras de la clientela.
- Establecer la distribución del lineal, según las características del producto, el tiempo de exposición y otros parámetros de rentabilidad.
- Conocer los distintos partes que conforman un lineal.
- Conocer maneras de implantación de los productos en el lineal.
- Definir los principales elementos de la promoción del punto de venta.
- Conocer las distintas formas de organización en el trabajo, tareas y recursos humanos con los que cuenta la empresa.
- Fijar métodos de control de implantación de los productos.
- Reconocer y desarrollar los instrumentos de control cuantitativo.

- Reconocer y desarrollar los instrumentos de control cualitativo.
- Conocer y calcular todas las categorías de parámetros de gestión: margen bruto, beneficio bruto, índice de circulación, índice de atracción,...
- Ser capaz de interpretar los ratios de gestión de los productos.
- Conocer las medidas designadas para la supresión e introducción de nuevas referencias.
- Conocer y utilizar una hoja de cálculo para la gestión de los productos.

Contenidos

70 horas	Implantación de productos y servicios (MF0502_3)
24 horas	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad 1: Gestión de productos y surtido en el punto de venta. Parte 1 <ul style="list-style-type: none"> • Clasificación de los productos en el punto de venta • Identificación del producto • Posicionamiento de los productos • Acondicionamiento del producto • Trazabilidad del producto en el punto de venta • El surtido en el punto de venta y métodos de determinación • Elección de las referencias y aplicaciones informáticas
23 horas	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad 2: Gestión de productos y surtido en el punto de venta. Parte 2 <ul style="list-style-type: none"> • El lineal • Reparto del lineal • Lineal óptimo según producto y tiempo de exposición • Reglas de implantación • Organización del trabajo • Normativa aplicable a la implantación de productos • Aplicaciones informáticas para la optimización y distribución
23 horas	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad 3: Control de la implantación de productos <ul style="list-style-type: none"> • Instrumentos de control cuantitativo y cualitativo • Parámetros de gestión de categorías • Cálculo de ratios económicos – financieros • Análisis e interpretación de los ratios para la gestión de productos • Introducción de medidas correctoras • Utilización de hojas de cálculo y aplicaciones informáticas en la gestión de productos y surtidos
70 horas	3 unidades didácticas