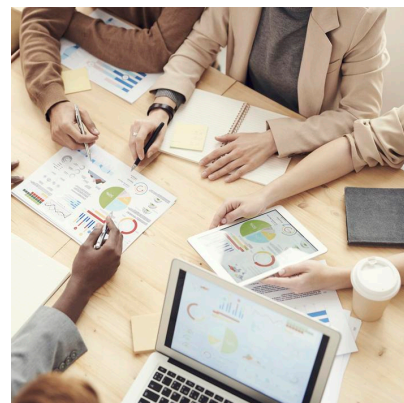









## DISTRIBUCION Y DECORACION DENTRO DEL COMERCIO



	<b>ONLINE</b>		
	<b>Duración:</b> 50 H	<b>Horas presenciales:</b> 0 H	<b>Horas online:</b> 50 H
	<b>Familia:</b> COMERCIO Y MARKETING <b>Área:</b> NO PRL		
	<b>Dirigido a:</b> - Trabajadores, personas desempleadas, autónomos, personal de dirección, etc. que deseen adquirir, mejorar o afianzar los conocimientos teórico-prácticos relacionados con su puesto de trabajo o su pasada, presente o futura trayectoria laboral, con una formación académica acorde con las exigencias requeridas para realizar la acción formativa con aprovechamiento.		
	<b>Objetivos:</b> - CONOCER Y SABER UTILIZAR TODOS LOS ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN EL PROCESO DE COMUNICACIÓN.		
	<b>Metodología:</b> Metodología basada en la realización de la formación a través de una plataforma de teleformación o e-learning, permitiendo al alumno interactuar con el tutor/a, a través de tutorías personalizadas y otras herramientas como chat, foros, etc., desde un desarrollo planificado y sistematizado de la acción formativa, permitiendo al alumno realizar la formación desde cualquier lugar y a en todas las franjas horarias, evitando así desplazamientos pudiendo conciliar vida familiar y laboral. El contenido se basa en paquetes SCORM, vídeos, actividades, exámenes, etc.		
	<b>Contenidos:</b> UD1. El marketing en el punto de venta UD2. Tratamiento del espacio UD3. Optimización del lineal 3.1 Definición e implantación. 3.2 Criterios organizativos. 3.3 Cálculo de rentabilidad del lineal. UD4. Diseño y composición del escaparate 4.1 Principios básicos para el diseño del escaparate. 4.2 Presentación y distribución de los elementos que forman el escaparate. 4.3 Cómo captar la atención. Rótulos, displays y exhibidores. 4.4 El planteamiento del escaparate como medio de venta. 4.5 Investigación y pruebas instrumentales.		

UD5. Publicidad en el punto de venta (plv)  
5.1 Planificación e implantación de la plv.  
5.2 Organización de la campaña de promoción en el punto de venta.  
UD6. Animación en el punto de venta  
6.1 Permanente e intermitente.  
UD7. La iluminación  
7.1 Introducción. La luz artificial.  
7.2 Diversos tipos de lámparas. Ventajas e inconvenientes.  
7.3 La iluminación en el comercio.  
7.4 Consejos prácticos para proyectos de iluminación.  
UD8. El color  
8.1 Introducción: luz y color.  
8.2 El color pigmento. Tono. Saturación. Luminosidad.  
8.3 Psicología del color. Armonía y contraste.  
8.4 Tonos calientes y fríos.  
8.5 Dinámica de los colores.  
8.6 El lenguaje de los colores.  
UD9. Diferentes estilos de la decoración