



IES Francesc de Borja Moll
DEPARTAMENT DE COMERÇ I
MÀRQUETING

C/ Caracas nº 6
07007 Palma de Mallorca
Tf: 971-278150
e-mail:
iesfrancescdeborjamoll@
educacio.caib.es



ANIMACIO PUNT DE VENDA

Introducció

- Tècniques d'animació en el punt de venda, promoció i merxandatge en la professió de Tècnic de Comerç
- Visió general dels coneixements adquirits en el mòdul i la relació amb l'activitat a desenvolupar
- Activitats del tècnic en l'àmbit de la Distribució Comercial en el Punt de Venda

Submòdul 2.1. Tècniques de marxandatge.

1.- Marxandatge:

- Màrqueting i marxandatge.
- Camp d'acció del marxandatge.
- Consumidor: gust, preferències i efectes psicològics.

2.- Organització del punt de venda:

- Distribució física de l'establiment.
- Recursos humans a l'establiment.
- Material i mobiliari de l'establiment i la seva distribució.
- Comportament del client en el punt de venda.

3.- Gestió de l'àrea expositiva:

- Assortiment: funció, criteris i agrupacions.
- Secció: diferents tipus i la seva distribució.
- La lineal: funció, zones i nivells.
- Determinació de la longitud d'exposició mínima.
- Distribució de grups d'articles a la longitud d'exposició: criteris, normes de seguretat i higiene.
- Col·locació del producte, implantació vertical i horitzontal de productes.

4.- Publicitat en el punt de venda:

- Publicitat i marxandatge.
- Llenguatge publicitari: funció i paràmetres de qualitat.
- Resposta a un missatge publicitari.
- Tipus de publicitat en el punt de venda.

5.- Promocions en el punt de venda:

- Psicologia i sociologia comercials en el punt de venda.
- Centres d'atenció i d'informació en el punt de venda.
- Punts calents i punts freds de l'establiment.
- Promocions: objectius, mitjans i termini.
- Tècniques de promoció: demostracions, degustacions, centres d'atenció i/o promoció.
- Control de la promoció: paràmetres i mitjans.

6.- Etiquetatge:

- Etiqueta: funció, aspectes, formats i material.
- Signes en l'etiquetatge.
- Etiquetatge: processos manuals i informatitzats.

Submòdul 2.2: Aparadorisme i retolació.

1.- Aparadorisme:

- Funció de l'aparador: missió i objectius.
- Efectes psicològics i sociològics que representa l'aparador en el consumidor.
- Elements de l'aparador: mercaderia, decoració i espai útil.
- Instal·lacions i eines: tipus i tècniques d'ús.

- Tècniques d'aparadorisme: teories del color, tècniques d'il·luminació i de composició d'aparadors.
- Disseny de l'aparador: plànols i instruccions.
- Organització de l'execució de l'aparador.
- Normativa de seguretat en el muntatge de l'aparador.

2.- Rètols en el punt de venda:

- Contingut. Tipus de rètols i cartells.
- Tipus de lletres i dimensions.
- Tècniques de retolació.
- Aplicacions informàtiques en l'elaboració de rètols.

CRITERIS D'AVUACIÓ

Introducció

Donat el caràcter introductori d'aquesta primera unitat, pareix raonable no establir —en aquest cas— activitats d'avaluació.

Submòdul 2.1. Tècniques de marxandatge.

1.- Definir solucions per encalentic una zona freda de venda en diferents tipus d'establiments comercials.

- Identificar el comportament i els hàbits dels consumidors en el punt de venda.
- Identificar, a partir d'estadístiques de venda, les zones fredes i calentes de venda en un establiment comercial.
- Relacionar els mètodes que permeten actuar en una zona freda amb l'efecte que produeixen en el consumidor.
- Organitzar i actualitzar accions puntuals d'informació i de demostració, a partir de les especificacions rebudes per atreure l'atenció dels clients sobre les zones fredes del establiment.

2.- Aplicar procediments d'organització i preparació de lineals en funció de criteris comercials, optimització d'espais i complementarietat de productes.

- Identificar els paràmetres físics i comercials que concorren en la col·locació dels productes en els diferents nivells i zones del lineal, així com, l'efecte que produeix en el consumidor.
- Determinar el lineal mínim per a diferents productes, així com el moment de reposició dels lineals.
- Descriure els efectes que produeixen als consumidors les diferents maneres d'ubicació de la mercaderia en el lineal.
- Organitzar els lineals dels productes per famílies, en funció de la utilització, de la normativa vigent i de la planificació feta per l'empresa.
- Determinar el moment més adequat de reposició dels productes a les seccions i lineals, per tal d'evitar un trencament d'estocs.
- Seleccionar els sistemes d'atenció i d'informació al consumidor en els punts de venda més adequats als objectius comercials.
- Planificar la distribució de la superfície de vendes en funció dels criteris definits prèviament.

3.- Aplicar les tècniques de promoció de venda a l'establiment comercial, d'acord amb els criteris adients per a la política comercial de l'empresa.

- Identificar les diferents etapes d'un programa de promoció.
- Descriure diferents campanyes de promoció.
- Organitzar una campanya de promocions, amb uns paràmetres predeterminats.
- Elaborar missatges que identifiquin amb claredat i exactitud les seccions i/o els productes de promoció.

4.- Definir els elements i les característiques que ha de contenir una etiqueta, segons la tipologia del producte i els aspectes que es volen promocionar.

- Elaborar i actualitzar etiquetes en funció de la informació i de l'article, en mitjans manuals i/o informàtics.
- Etiquetar diferents productes, situant l'etiqueta en un lloc segur i visible per facilitar la informació, evitant sempre qualsevol risc en la manipulació del producte.

5.- Analitzar la publicitat en el punt de venda (PLV) i aplicar diferents criteris per orientar i informar al client.

- Justificar la PLV.

- Identificar elements i materials de la PLV.
- Relacionar les tasques del marxandatge amb les accions pròpies de la PLV.
- A partir d'unes dades prèviament fixades: realitzar la PLV d'un establiment comercial tipus.

Submòdul 2.2: Aparadorisme i retolació.

1.- Aplicar les tècniques d'aparadorisme en funció d'uns objectius tècnics, comercials i estètics prèviament definits.

- Explicar els diferents efectes psicològics que produeixen en el consumidor la utilització de les tècniques d'aparadorisme en la composició de l'aparador i en la promoció dels productes.
- Identificar els elements, els materials i les tècniques que s'apliquen en la composició d'un aparador, segons la imatge i els objectius comercials proposats.
- Descriure els diferents efectes visuals perseguits amb diferents combinacions de color i llum.
- Dissenyar un aparador d'un petit establiment comercial, en funció dels clients i del producte o dels articles que es volen potenciar
- Realitzar el muntatge d'un aparador aplicant les tècniques d'aparadorisme i tenint cura de les mesures de seguretat i salut laboral.

2: Seleccionar els materials i la ferrament necessàries per al muntatge d'un aparador determinat.

- Aplicar les diferents formes de manipulació i de transformació dels materials.
- Considerar les tècniques de color, les característiques físiques dels materials i dels productes per aconseguir l'efecte desitjat.
- Aplicar la normativa de salut laboral, en la manipulació i transformació dels materials.

3.- Aplicar tècniques de retolació en la realització de diferents tipus de cartells per establiments comercials utilitzant els materials i equipaments adients.

- Analitzar i identificar diferents tipus de lletres, agrupades per famílies.
- Combinar correctament color, formes, textures i tipus de lletres per aconseguir el millor contrast i harmonia en els cartells.
- Elaborar rètols de preus, promocions, seccions i altres, en funció del missatge que es vol transmetre i aplicant les tècniques més adients de retolació i/o amb el suport d'aplicacions informàtiques.

TIPUS D'EXAMEN

L'examen consistirà en una prova teòrica (1 hora), una prova pràctica (1 hora), i una altra prova d'habilitats (1 hora), per aprovar el mòdul s'hauran de superar les tres proves.

La prova teòrica serà: o bé de tipus test en el que cada pregunta tindrà 4 respostes de les que només una serà correcta o més exacta que les altres, o bé de pregunta amb resposta oberta que haurà de ser tan concreta i exacta com sigui possible.

El temps per a la realització de les tres proves serà 3 hores en total.

CRITERIS DE QUALIFICACIÓ

En el cas que l'examen sigui tipus test, la nota es calcularà segons la següent fórmula:

$$\text{Nota} = \frac{\text{Respostes Correctes} - (\text{Respostes Incorrectes} \times 0,33)}{\text{Respostes Totals}} \times 10$$

En cas que l'examen sigui de respostes curtes i concretes, cada pregunta puntuarà diferent segons la dificultat, de tal manera que la suma de les màximes puntuacions de les preguntes sigui 10.

En el cas de les proves pràctiques, cada exercici o treball puntuarà diferent segons la dificultat, de tal manera que la suma de les màximes puntuacions de les preguntes sigui 10.

La nota final serà la mitja aritmètica de la nota dels exàmens: teòric i pràctics. En el cas de no haver superat una de les proves, la nota final serà inferior a 5.

BIBLIOGRAFIA

Llibre de text "Animació del punt de venda" de Mak Graw Hill i/o d'altres editorials adients.