

Capacitats

Capacitats formatives

CF1 Interpretar la informació que defineix la distribució i organització d'un espai comercial.

CA 1.1 Enumerar la informació més rellevant:

d'empresa, competència, consumidor, producte/servei i tècniques, per a la definició d'un espai comercial i explicar els seus efectes en les decisions de compra i implantació comercial.

CA 1.2 Identificar i explicar les principals tècniques de distribució d'espais interiors/exteriors comercials.

CA 1.3 Identificar i interpretar la normativa aplicable en el disseny d'espais comercials, espais mínims, número i dimensió dels passadissos entre d'altres.

CA 1.4 Explicar els efectes psicològics que produeixen en el consumidor les diferents tècniques utilitzades en la distribució d'espais comercials.

CA 1.5 A partir d'un supòsit pràctic convenientment caracteritzat en el qual es requereix la realització d'un projecte d'implantació i es facilita informació sobre ubicació de l'establiment comercial i plànols de l'espai disponible:

Identificar la informació i normativa que afecta amb la finalitat del projecte i que es necessita aconseguir.

Identificar les fonts d'informació -internes/externes, on line/ off line i els procediments de recollida dins de les mateixes.

Seleccionar la font d'informació -interna i/o externa que pot proporcionar la informació prèviament identificada.

Obtenir la informació de la font seleccionada.

Explicar la influència o relació de la informació obtinguda amb el projecte i entre si.

Utilitzar programes informàtics per al tractament i presentació adequada del treball.

CA 1.6 A partir d'una informació subministrada sobre característiques d'espai, empresa, consumidor, producte i/o servei:

Interpretar les dades i extreure conclusions de manera que s'obtingui informació dels efectes que pot tenir sobre el disseny d'un espai comercial.

Elaborar un informe que presenti d'una forma estructurada, sintètica i clara

la informació derivada de l'anàlisi dels elements proposats.

CF2 Analitzar els elements interiors que determinen la implantació de l'espai comercial, a partir de la definició d'un espai i d'una informació determinada.

CA 2.1 Identificar els paràmetres essencials que cal tenir en compte en la definició dels elements interiors d'un establiment comercial.

CA 2.2 A partir d'informació convenientment detallada sobre la caracterització de l'establiment comercial, l'empresa, els productes i/o serveis, el client, el mercat i uns objectius desitjats, elaborar la informació de base per a la implantació dels elements de l'interior de l'espai comercial, utilitzant, en el seu cas, un programa informàtic i assenyalant:

Tècniques emprades.

Criteris de distribució.

Criteris de selecció de mobiliari i materials comercials.

Descriure els diferents efectes visuals perseguits amb diferents combinacions tipus de color i llum.

Efectes psicològics que produeixen en el client.

Normativa comercial i de seguretat i higiene.

CA 2.3 Explicar la funció i objectius que es persegueixen en implantació dels elements de l'interior d'un establiment comercial.

CA 2.4 A partir d'un establiment comercial ja distribuït, detectar els punts freds i calents, ubicar-los en el pla de l'establiment i realitzar almenys una proposta per escalfar les zones fredes.

CA 2.5 Donat un establiment comercial, detectar els avantatges i inconvenients del mateix i definir les mesures correctores en relació amb:

L'optimització i equilibri de l'espai.

Il·luminació i colors.

Elements decoratius.

Circulació de la clientela i passadissos.

Categories de productes i seccions.

Zones o punts freds i calents de l'establiment.

Mobiliari.

CF3 Analitzar els elements exteriors que determinin la implantació de l'espai comercial a partir de la definició d'un espai i d'una informació determinada.

- CA 3.1 Identificar els paràmetres essencials que cal tenir en compte en la definició dels elements que formen part de l'exterior d'un establiment comercial.
- CA 3.2 Explicar la funció i objectius que es persegueixen en la implantació dels elements exteriors d'un establiment comercial.
- CA 3.3 A partir d'informació convenientment detallada sobre la caracterització de la façana i de l'aparador, elaborar i presentar informació de base dels elements que formen part de l'exterior de l'espai comercial, utilitzant, en el seu cas, programes informàtics, i assenyalant:

Característiques de la façana.

Rètols exteriors.

Ubicació de l'entrada/sortida de l'establiment i nombre d'accessos.

Aparador: ubicació, dimensió i il·luminació.

Normativa comercial i ús de la via pública amb criteris comercials.

Criteris de selecció de materials per a l'aparador.

Efectes visuals perseguits.

CF4 Elaborar un projecte d'implantació d'un establiment comercial a partir d'una informació de base sobre elements interns i externs determinats d'acord a la normativa local per a establiments comercials.

- CA 4.1 A partir de la informació de base obtinguda on es determinin elements interns i externs que s'han d'implantar en un establiment comercial:

Elaborar el projecte d'implantació corresponent, utilitzant, en el seu cas, un programa informàtic o croquis de l'establiment assenyalant i localitzant tots els elements.

Realitzar una presentació del projecte d'implantació de l'espai comercial, argumentant l'efecte que té sobre els clients i les vendes de l'establiment, utilitzant aplicacions informàtica de distribució d'espais i presentació de projectes.

- CA 4.2 Donades dues alternatives d'implantació en un espai comercial i una informació relativa a característiques d'empresa, consumidor i productes/serveis a comercialitzar, analitzar i valorar cada una de les alternatives i seleccionar una d'elles justificant la decisió adoptada d'acord amb criteris de rendibilitat i imatge de l'empresa.

- CA 4.3 Donada una informació sobre elements interiors i exteriors que s'implantaran en un establiment comercial:

Identificar les partides que integren el tipus pressuposat.

Valorar econòmicament els elements interns i externs necessaris per a la implantació.

Elaborar el pressuposat tipus per a la implantació d'un establiment comercial, utilitzant el format adequat i les aplicacions informàtiques necessàries.

- CA 4.4 Donada una informació sobre recursos humans, temps i treball a realitzar, confeccionar un cronograma en el qual s'organitzi de manera clara i precisa la informació subministrada, utilitzant, en el seu cas, una aplicació informàtica de gestió de tasques/projectes.

CF5 Estimar l'organització dels recursos humans i materials, així com, la distribució interna d'un establiment, tenint en compte els processos d'implantació d'un espai comercial.

- CA 5.1 Associar els diferents aspectes que formen part del projecte d'implantació de l'espai comercial amb els recursos humans i materials necessaris per a l'execució.

- CA 5.2 Descriure criteris econòmics i comercials que s'apliquen en l'execució de la implantació de l'espai comercial.

- CA 5.3 Descriure incidències més comunes que poden presentar-se en l'execució de la implantació d'un espai comercial.

- CA 5.4 Relacionar les variables que afecten l'organització de la implantació d'un espai comercial.

- CA 5.5 Donat un projecte d'implantació d'un espai comercial determinat:

Identificar les variables que cal tenir en compte per a la seva organització i execució.

Establir el procés d'organització i execució de la implantació de l'espai comercial, utilitzant, en el seu cas, una aplicació informàtica de gestió de projectes/taques.

Identificar possibles incidències o desviacions que poden aparèixer i indicar mesures correctores.

CF6 Analitzar diferents botigues o supermercats virtuals per identificar els elements que configuren l'aparador virtual en una implantació comercial.

- CA 6.1 Descriure els aspectes bàsics d'un pla de màrqueting on line.

- CA 6.2 Assenyalar els objectius comercials d'una pàgina web.

- CA 6.3 Descriure els processos vinculats al storefront i backoffice d'un negoci virtual.

- CA 6.4 En diferents casos reals de pàgines web d'empreses comercials:

Identificar els elements essencials i determinants de l'aparador virtual.

Relacionar la presentació de l'empresa comercial amb les característiques

més significatives de les diferents tipologies de productes i compradors on line.

CA 6.5 En diferents casos reals d'establiments comercials que tenen també web per a la comercialització de productes/serveis:

Identificar tècniques del màrqueting on line utilitzades.

Assenyalar elements comuns entre l'aparador comercial físic i el virtual.

Valorar els avantatges per a la venda presencial de la presentació virtual.

CA 6.6 A partir d'uns objectius comercials i un pla de màrqueting degudament caracteritzat, elaborar una proposta d'implantació d'una botiga virtual que inclogui totes les especificacions necessàries que han de transmetre's per al disseny d'una pàgina web.

Continguts

Continguts de fets

Organització del Punt de Venda orientat al/a la Client/a.

Organització del Punt de venda: recursos humans i materials necessaris per a la implantació efectiva.

Anàlisi del comportament del consumidor a l'establiment comercial:

Condicionants externs del comportament del consumidor.

Impacte del marxandatge en el comportament del consumidor.

Punts calents i freds.

Determinats interns del comportament del consumidor: motivació, percepció, experiència, aprenentatge, característiques demogràfiques, socioeconòmiques i psicogràfiques del comprador.

Disseny interior de l'establiment comercial.

Elements interiors de l'establiment comercial.

Ambient de l'establiment.

Distribució de passadissos.

Implantació de les seccions.

Disposició del mobiliari: Col·locació recta en graella, col·locació de circulació aspirada o en espiga, col·locació angular, col·locació lliure, col·locació oberta i col·locació tancada.

La circulació: itinerari del client, caixes i porta d'entrada.

Facilitats de circulació i accés a productes i promocions.

Normativa de seguretat i higiene en establiments comercials.

Locs de treball responsables de la implantació.

Disseny exterior de l'establiment comercial.

Elements externs de l'establiment comercial.

La façana de l'establiment.

La via pública com a element publicitari.

La porta i els sistemes d'accés.

Tipus de rètols exteriors.

Il·luminació exterior.

El tendal i la seva col·locació.

L'aparador.

Classes d'aparadors.

El hall de l'establiment.

Normativa i tràmits administratius en la implantació externa d'un espai comercial.

La implantació d'espais comercials i el desenvolupament virtual.

Màrqueting i comercialització on line de béns i serveis.

Característiques d'Internet com a canal de comunicació i comercialització de productes.

Tipologia de productes on line.

Tipologia de l'internauta i comprador on line.

Objectius de la botiga i el supermercat virtual.

La venda electrònica davant les webs informatives.

Diferències i complementarietat entre la implantació física i implantació virtual d'un negoci.

Continguts de Procediments

Organització del punt de venda orientat al client.

Aplicació de la teoria del comportament del consumidor a la implantació d'espais comercials.

Organització del punt de venda: RRHH i materials necessaris per a la implantació efectiva.

Utilització d'aplicacions informàtiques de disseny interior de l'espai comercial.

Estimació del cost de la implantació d'espais comercials. Planificació del treball a realitzar.

Disseny exterior de l'establiment comercial.

Utilització de les aplicacions informàtiques en el disseny de l'exterior de l'establiment.

Implantació d'espais comercials i desenvolupament virtual.

Anàlisi de l'espai comercial virtual: elements del negoci virtual, característiques i objectius del comerç electrònic.

Continguts d'actituds

Innovació.

-Roman informat sobre les noves tendències i innovacions.

Organització del treball.

-Preveu la manera en què nous esdeveniments o situacions afectaran les persones i els grups de l'organització.

-És capaç de planificar recursos amplis i de generar nous procediments per a realitzar la gestió.

-Sap administrar simultàniament diversos projectes dins de l'àrea de treball.

Resolució de problemes.

-S'anticipa als esdeveniments.

-S'assegura d'eliminar les causes d'un problema perquè no torni a ocórrer.

Responsabilitat.

-Fixa objectius reptadors assumint riscos controlats.

Ubicació en el Catàleg de Qualificacions Professionals de Catalunya

Qualificacions vinculades

2158 Impantació i animació d'espais comercials. Nivell: 3

Unitats de competència associades

2050111 Organitzar i establir la implantació d'espais i events efimers comercials. Nivell: 3

Ocupacions i llocs de treball tipus identificats

Dissenyador/a de projectes de marxandatge visual assistit per ordinador

Dissenyador/a d'espais comercials

Especialista en línies de producte

Expert/a en aparadorisme

Expert/a en marxandatge visual

Visual Marxandiser