

# PUNTO DE VENTA Y PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR

## DIRIGIDO A:

Trabajadores del sector gran distribución,  
autónomos y trabajadores en ERTE de  
cualquier sector.

## OBJETIVOS:

Definir y organizar los recursos humanos del  
punto de venta, atendiendo a los criterios  
del comportamiento del consumidor.



**Modalidad**  
Teleformación



**Duración**  
40 horas



**Diploma**  
Acreditativo SEPE



**Inicio**  
2021



**Plazas**  
Limitadas



**100%**  
Subvencionado

# CONTENIDOS:

## **1. PRINCIPIOS Y CRITERIOS PARA LA DISTRIBUCIÓN DE LA SUPERFICIE DE VENTA**

- 1.1. Criterios comerciales.
- 1.2. Optimización de espacios.
- 1.3. Complementariedad de productos.

## **2. LA CONCEPCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO**

- 2.1. Ubicación de los sectores más importantes.
- 2.2. Zonas frías y zonas calientes de un establecimiento.

## **3. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN EL PUNTO DE VENTA**

- 3.1. Normas y pautas generales para la determinación de los recursos humanos y materiales en el punto de venta.

## **4. PRINCIPALES INSTRUMENTOS DE CONOCIMIENTO DEL CONSUMIDOR**

- 4.1. Cuantitativos: paneles de consumidores, paneles de distribución.
- 4.2. Cualitativos: los geotipos.

## **5. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN EL PUNTO DE VENTA**

- 5.1. Comportamiento racional de compra.
- 5.2. Comportamiento irracional de compra.