

0452 - Merchandising e Promoção Comercial

Designação da UFCD: Metodologia de projeto

Código: 0467

Carga Horária: 50 horas

Pontos de crédito: 4,50

Objetivos

- Definir o conceito e os objetivos do merchandising e diagnosticar os diferentes fatores que intervêm na otimização de um espaço comercial.
- Identificar os elementos de promoção do estabelecimento comercial e aplicar as técnicas de promoção de produtos em função dos diferentes contextos.

Recursos Didáticos

Conteúdos

- Merchandising
 - Definição e terminologia específica
 - Campos de actuação
 - Espaço
 - Técnicas de reposição
 - Organização do espaço de venda
 - Lineares
 - Gôndolas
 - Ilhas
 - Espaços quentes e espaços frios no ponto de venda
 - Secções
 - Famílias
 - Maximização do m2 no linear
 - Número de frentes por produto
 - Exposição vertical e horizontal
- Promoção comercial
 - Programas de promoção
 - Principais meios de promoção
 - Displays
 - Textos publicitários
 - Meios audiovisuais
 - Provas de mostras e provas de cheiros
 - Sacos e embalagens

- Embalagem e promoção de produtos
 - Importância da embalagem e imagem do linear
 - Importância do desenho e da cor
 - Impacto visual
 - Etiquetagem
 - Simbologia promocional no linear
 - Promoção e descontos
 - Vales e brindes
- Promoção do estabelecimento comercial
 - Fidelização de clientes
 - Descontos e promoções
 - Saldos e brindes
 - Sacos e embrulhos
 - Meios de divulgação da empresa