Promociones en espacios comerciales

Área: COMERCIO Y MARKETING
Modalidad: Teleformación
Duración: 70 h
Precio: 35.00€

Curso Bonificable
Contactar
Recomendar
Matricularme

OBJETIVOS

-Determinar las líneas de actuación para la ejecución de las campañas promocionales de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de marketing.

-Implantar las acciones promocionales definidas por los responsables del propio establecimiento comercial o por cualquiera de los proveedores/fabricantes de productos aplicando las técnicas de merchandising adecuadas

-Gestionar la selección y formación del personal de promoción necesario para el desarrollo de la campaña promocional, de acuerdo con las especificaciones definidas.

-Controlar la eficiencia de las acciones promocionales estableciendo medidas para optimizar la gestión de la actividad y alcanzar los objetivos previstos en el plan de marketing.

CONTENIDOS

Unidad didáctica 1: Promoción en el punto de venta

1.1. Comunicación comercial
1.1.1. Publicidad y promoción
1.1.2. Políticas de Marketing directo
1.2. Planificación de actividades promocionales según el público objetivo
1.3. La promoción del fabricante y del establecimiento
1.3.1. Diferencias
1.3.2. Relaciones beneficiosos
1.4. Formas de promoción dirigidas al consumidor
1.4.1. Información
1.4.2. Venta
1.4.3. Lanzamiento
1.4.4. Notoriedad
1.5. Selección de acciones
1.5.1. Temporadas y ventas estacionales
1.5.2. Degustaciones y demostraciones en el punto de venta
1.6. Animación de puntos calientes y fríos en el establecimiento comercial
1.6.1. Tipos de animación y clientes del punto de venta
1.6.2. Áreas de bases: Expositores, Góndolas, Vitrinas Isletas
1.6.3. Indicadores visuales productos ganchos, decoración
1.6.4. Centros de atención e información en el punto de venta
1.7. Utilización de aplicaciones informáticas de gestión de proyectos/tareas

Unidad didáctica 2: Merchandising y animación del punto de venta

2.1. Definición y alcance del merchandising
2.2. Tipos de elementos de publicidad en el punto de venta
2.2.1. Stoppers
2.2.2. Pancartas
2.2.3. Adhesivos
2.2.4. Displays
2.2.5. Stands
2.2.6. Móviles
2.2.7. Banderola
2.2.8. Carteles, entre otros
2.3 Técnicas de rotulación y serigrafía
2.3.1. Tipos de letras
2.3.2. Forma y color para folletos
2.3.3. Cartelística en el punto de venta
2.4. Mensajes promocionales
2.4.1. Mensaje publicitario-producto
2.4.2. Mecanismos de influencia: reflexión y persuasión
2.4.3. Reglamentación de la publicidad y promoción en el punto de venta
2.5. Aplicaciones informáticas para la autoedición de folletos y carteles publicitarios

Unidad didáctica 3: Control de las acciones promocionales

3.1. Criterios de control de las acciones promocionales
3.2. Cálculo de índices y ratios económico-financieros
3.2.1. Rotación en el lineal
3.2.2. Margen bruto
3.2.3. Tasa de marca
3.2.4. Ratios de rotación
3.2.5. Rentabilidad bruta
3.3. Análisis de resultados
3.3.1. Ratios de control de eficacia de las acciones promocionales
3.4. Aplicación de medidas correctoras en el punto de venta
3.5. Utilización de hojas de cálculo informático para la organización y control del trabajo

Unidad didáctica 4: Acciones promocionales online

4.1. Internet como canal de información y comunicación de la empresa/establecimiento
4.2. Herramientas de promoción online, sitios y estilos web para la promoción de espacios virtuales
4.3. Páginas web comerciales e informacionales
4.4. Elementos de la tienda y/o espacio virtual
4.5. Elementos de la promoción on line

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.

- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado.** El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados.
  No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.