

(MF0503_3) Promociones En Espacios Comerciales

Código del curso: PD244

Horas: 70

Descripción del curso:

Acerca de este curso

Cod: PD244

Unidad 1: Promoción. merchandising y animación en el punto de venta (parte 1)

Comunicación comercial

Planificación de actividades promocionales según el público objetivo

La promoción del fabricante y del establecimiento

Formas de promoción dirigidas al consumidor

Selección de acciones

Animación de puntos calientes y fríos en el establecimiento comercial

Utilización de aplicaciones informáticas de gestión de proyectos o tareas

Unidad 2: Promoción. merchandising y animación en el punto de venta (parte 2)

Definición y alcance del merchandising

Tipos de elementos de publicidad en el punto de venta

Técnicas de rotulación y serigrafía

Mensajes promocionales

Aplicaciones informáticas para la autoedición de folletos y carteles publicitarios

Unidad 3: Promociones en espacios comerciales

Criterios de control de las acciones promocionales

Cálculo de índices y ratios económico financieros

Análisis de resultados

Análisis de medidas correctoras en el punto de venta y uso de hojas de cálculo

Acciones promocionales online

Herramientas de promoción online. sitios y estilos web para la promoción de espacios virtuales

Páginas web comerciales e informales. elementos de la tienda y/o espacio virtual y elementos de la promoción online.

¿Qué aprenderás?

Definir acciones promocionales según los objetivos comerciales, incremento de ventas o rentabilidad de

espacios comerciales.

Elaborar elementos promocionales para establecimientos comerciales, utilizando los materiales y equipos adecuados.

Aplicar métodos de control de eficiencia en acciones promocionales en el punto de venta.

Conocer las distintas vías publicitarias.

Distinguir entre los distintos tipos de promociones.

Describir las distintas técnicas de promoción del punto de venta.

Conocer las diversas técnicas empleadas en la promoción dirigida a la persona consumidora.

Saber emplear las técnicas empleadas en la promoción dirigida a la clientela.

Conocer y aplicar las distintas técnicas empleadas para la animación del punto de venta teniendo en cuenta las zonas frías y calientes del establecimiento.

Identificar la relación existente entre el merchandising del fabricante y el merchandising de la entidad distribuidora.

Reconocer las técnicas desarrolladas en colaboración entre el merchandising del fabricante y el merchandising de la entidad distribuidora.

Conocer e identificar los distintos tipos de elementos publicitarios que se pueden utilizar en el punto de venta.

Conocer las distintas técnicas de rotulación.

Examinar las distintas tipografías, formas, líneas, figuras geométricas, colores, tonos, que se utilizan en rotulación.

Conocer los distintos tipos de mensajes promocionales.

Reconocer los distintos criterios de control de las acciones promocionales.

Calcular e identificar los índices y ratios de rotación del lineal.

Calcular e identificar el margen bruto que puede dejar los productos.

Calcular e identificar los índices de la tasa de marca de los productos.

Calcular e identificar los índices de rentabilidad de los productos en el punto de venta.

Analizar los datos obtenidos de los diversos cálculos dentro del punto de venta.

Utilizar y aplicar las medidas correctoras necesarias en el punto de venta.

Conocer y establecer acciones promocionales Online.