



Promociones en espacios comerciales

Sku: MF0503_3_V2

Horas: 70

OBJETIVOS

Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de organizar y controlar las acciones promocionales en espacios comerciales, En concreto el alumno será capaz de: 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

CONTENIDOS

Tema 1. Promoción en el Punto de Venta. 1.1. Comunicación comercial 1.2. Planificación de actividades promocionales según el público objetivo 1.3. La promoción del fabricante y del establecimiento 1.4. Formas de promoción dirigidas al consumidor 1.5. Selección de acciones 1.6. Animación de puntos calientes y fríos en el establecimiento comercial 1.7. Utilización de aplicaciones informáticas de gestión de proyectos/tareas Tema 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 2.3 Técnicas de rotulación y serigrafía 2.4. Mensajes promocionales 2.5. Aplicaciones informáticas para la autoedición de folletos y carteles publicitarios Tema 3. Control de las Acciones Promocionales. 3.1. Criterios de control de las acciones promocionales 3.2. Cálculo de índices y ratios económico-financieros 3.3. Análisis de resultados 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 Tema 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 informativas 4.4. Elementos de la tienda y/o espacio virtual 4.5. Elementos de la promoción online