



Control y evaluación de acciones promocionales

Sku: CT2727

Horas: 17

Formato: HTML

CONTENIDOS

1. Eficacia y eficiencia de la acción promocional

- 1.1. Concepto de eficacia y eficiencia
- 1.2. Indicadores para la evaluación de la eficacia y eficiencia de las acciones de marketing y promociones

2. Índices y ratios económico-financieros de evaluación de promociones

- 2.1. Margen bruto
- 2.2. Tasa de marca
- 2.3. Stock medio
- 2.4. Rotación de stock
- 2.5. Rentabilidad bruta

3. Aplicaciones para el cálculo y análisis de las desviaciones en las acciones promocionales

4. Aplicaciones de gestión de proyectos y tareas y hojas de cálculo

- 4.1. Cronograma de la promoción e implantación de productos

5. Informes de seguimiento de promociones comerciales

- 5.1. Resultados
- 5.2. Medidas correctoras de las desviaciones