



Marketing promocional

Sku: CT2728

Horas: 20

Formato: HTML

CONTENIDOS

1. Concepto y fines de la promoción

- 1.1. Instrumentos de la promoción
- 1.2. Objetivos de las acciones promocionales
- 1.3. Tipos de promociones

2. Formas de promoción dirigidas al consumidor: 2x1. 3x2. otras

3. Formas de promoción a distribuidores, intermediarios y establecimientos

- 3.1. Clases de incentivos y promociones a los distribuidores y consumidores

4. Promociones especiales

5. Tipos de acciones de marketing y promoción según el punto de venta

6. Acciones de marketing directo

- 6.1. Posibilidades y características
- 6.2. Evaluación y criterios de planificación de clientes potenciales
- 6.3. Legislación sobre protección de datos

7. Acciones de promoción on-line

- 7.1. Internet como canal de información y comunicación en la empresa