

Modalidad: curso e-Learning Duración: 40 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

- Distinguir los tipos de campañas de promoción y elaborar un programa de promoción, así como identificar las características de la publicidad de un lugar de venta, los materiales que se utilizan y los elementos que favorecen la venta.
- Aprender a calentar los puntos fríos de un establecimiento.
- Diferenciar los principales tipos de campañas de promoción.
- Realizar un plan de promoción completo.
- Identificar qué es la PLV para realizar una campaña.
- Descubrir la evolución que ha sufrido la PLV a lo largo de los años.
- Diferenciar los principales elementos y materiales que componen la PLV.
- Descubrir el concepto de merchandising y su relación con la PLV.

CONTENIDOS

Métodos físicos y psicológicos para calentar puntos fríos

Introducción

Métodos físicos para calentar puntos fríos

Métodos psicológicos para calentar puntos fríos

Resumen

Tipos de campañas de promoción

Introducción

¿Qué es una campaña de promoción?

Por su duración

Por su importancia dentro del marketing

Por su objetivo

Por sus resultados

Por su forma

Por su contenido

Por su sistema

Por su integración

Resumen

Etapas de un programa de promoción

Introducción

Situación del problema

Idea central

Tipos de acciones

Calendario

Medios materiales y humanos

Test de las acciones

Programa de seguimiento de las acciones

Resumen

Concepto y características de la PLV

Introducción

Concepto, características y objetivos de PLV

Promoción y patrocinio: objetivos, características y herramientas

Campañas: mensajes, objetivos y evaluación

Resumen

Evolución de la PLV

Introducción

PLV personal

PLV sonora

PLV audiovisual

PLV visual

Resumen

Elementos y materiales de la PLV

Introducción

Elementos y materiales de la PLV

Resumen

La PLV y el merchandising

Introducción

Concepto y merchandising

La PLV y el merchandising

Resumen