

Modalidad: curso e-Learning Duración: 70 horas

Categorías: Comercio y marketing

## OBJETIVOS

Identificar las actitudes, técnicas de animación y aplicaciones informáticas para la organización y control de las acciones promocionales en el punto de venta y en acciones promocionales ON LINE.

## CONTENIDOS

UD1. 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. UD2. 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. UD3. 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 y ratios de control de eficacia de las acciones promocionales. 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. UD4. 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. 4.6. Estrategias en Redes Sociales.

