

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Definir acciones promocionales según los objetivos comerciales, incremento de ventas o rentabilidad de espacios comerciales. Elaborar elementos promocionales para establecimientos comerciales, utilizando materiales y equipo adecuados.

CONTENIDOS

1. Definición y alcance del merchandising. 2. Tipos de elementos de publicidad en el punto de venta. 3. Técnicas de rotulación y serigrafía. 4. Mensajes promocionales. 5. Aplicaciones informáticas para la autoedición de folletos y carteles publicitarios

