

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de organizar y controlar las acciones promocionales en espacios comerciales. En concreto el alumno será capaz de: Definir acciones promocionales según los objetivos comerciales incremento de ventas o rentabilidad de espacios comerciales. Elaborar elementos promocionales para establecimientos comerciales utilizando los materiales y equipos adecuados

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. 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 informacionales. 4.4. Elementos de la tienda y/o espacio virtual. 4.5. Elementos de la promoción online.

