

Modalidad: curso e-Learning Duración: 15 horas

Categorías: Administración y gestión

OBJETIVOS

Analizar los medios e instrumentos necesarios para el desarrollo de acciones comerciales habituales en pequeños negocios o microempresas, en función de las variables a tener en cuenta para su adecuada gestión.

CONTENIDOS

1. Las acciones comerciales publicitarias en pequeños negocios o microempresas. 2. Planificación de la publicidad y promoción del producto/servicio. 3. Variables que intervienen en el diseño publicitario comercial. 4. Técnicas de elaboración del mensaje. 5. La utilidad de la ofimática en el diseño publicitario.

