

Promociones en espacios comerciales

➤ **Duración: 60 horas.**

➤ **Objetivos:**

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.

Aplicar métodos de control de eficiencia en acciones promocionales en el punto de venta.

➤ **Contenidos:**

Promoción en el punto de venta

Comunicación comercial.

Planificación de actividades promocionales según el público objetivo.

La promoción del fabricante y del establecimiento.

Formas de promoción dirigidas al consumidor:

Selección de acciones.

Animación de puntos calientes y fríos en el establecimiento comercial.

Utilización de aplicaciones informáticas de gestión de proyectos/tareas.

Merchandising y animación del punto de venta

Definición y alcance del merchandising.

Tipos de elementos de publicidad en el punto de venta.

Técnicas de rotulación y serigrafía.

Mensajes promocionales.

Aplicaciones informáticas para la autoedición de folletos y carteles publicitarios.

Control de las acciones promocionales

Criterios de control de las acciones promocionales.

Cálculo de índices y ratios económico-financieros.

Análisis de resultados.

Aplicación de medidas correctoras en el punto de venta.

Utilización de hojas de cálculo informático para la organización y control del trabajo.

Acciones promocionales online

Internet como canal de información y comunicación de la empresa/establecimiento.

Herramientas de promoción online, sitios y estilos web para la promoción de espacios virtuales.

Páginas web comerciales e informativas.

Elementos de la tienda y/o espacio virtual.

Elementos de la promoción online.