Paraninfo

MF0503_3 - Promociones en espacios comerciales

Editorial: Paraninfo
Autor: ENRIQUE GARCÍA PRADO
Clasificación: Certificados Profesionales > Comercio y Marketing
Tamaño: 17 x 24 cm.
Páginas: 190
ISBN 13: 9788428343695
ISBN 10: 8428343691
Precio sin IVA: $ 86096.00 COP
Precio con IVA: $ 86096.00 COP
Fecha publicacion: 23/09/2019

Sinopsis

Este manual aborda múltiples temas de interés a la hora de llevar a cabo acciones promocionales dentro del propio establecimiento o empleando medios on line. Igualmente se exponen las principales técnicas utilizadas para verificar los resultados obtenidos con tales acciones de promoción.

Entre los temas más relevantes que se recogen en el manual destacan:

• Principios de la comunicación comercial
• Formas de promoción dirigidas al consumidor
• Tipos de elementos de publicidad en el punto de venta
• Mensajes promocionales
• Cálculo de índices y ratios económico-financieros
• Aplicación de medidas correctoras en el punto de venta
• Internet como canal de información y comunicación de la empresa/establecimiento
• Herramientas de promoción on line, sitios y estilos web para la promoción de espacios virtuales

Cada bloque de contenido se completa con un cuestionario tipo test y una batería de actividades prácticas pensadas para afianzar y consolidar los conocimientos y destrezas adquiridas.

La obra responde fielmente al contenido curricular previsto para el módulo formativo *MF0503_3 Promociones en espacios comerciales*, que forma parte del certificado de profesionalidad denominado *Gestión comercial de ventas (COMT0411),* regulado por RD 1694/2011 de 18 de noviembre.

Enrique García Prado trabaja como docente en el ámbito de la formación ocupacional y continua. Licenciado en Derecho, es además Técnico Superior en Prevención de Riesgos Laborales, Máster Universitario en E-learning y Redes Sociales, Máster en Asesoría Fiscal, Experto Universitario Sociolaboral, Programa Avanzado en Dirección Empresarial, Gestión de la Organización Empresarial, Gerente de Pequeña y Mediana Empresa, Gestor Administrativo y Mediador de Seguros titulado.

Indice

1. 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

2. *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

3. 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

4. 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