Promociones en Espacios Comerciales

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.