

Promociones en espacios comerciales (MF0503_3)

Promociones en espacios comerciales (MF0503_3)

Duración: 70 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

Objetivos:

-Determinar las líneas de actuación para la ejecución de las campañas promocionales de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de marketing. -Implantar las acciones promocionales definidas por los responsables del propio establecimiento comercial o por cualquiera de los proveedores/fabricantes de productos aplicando las técnicas de merchandising adecuadas -Gestionar la selección y formación del personal de promoción necesario para el desarrollo de la campaña promocional, de acuerdo con las especificaciones definidas. -Controlar la eficiencia de las acciones promocionales estableciendo medidas para optimizar la gestión de la actividad y alcanzar los objetivos previstos en el plan de marketing.

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2026

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



© icaformación2026

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

.1. Comunicación comercial
1.1.1. Publicidad y promoción
1.1.2. Políticas de Marketing directo
1.2. Planificación de actividades promocionales según el público objetivo
1.3. La promoción del fabricante y del establecimiento
1.3.1. Diferencias
1.3.2. Relaciones beneficiosos
1.4. Formas de promoción dirigidas al consumidor
1.4.1. Información
1.4.2. Venta
1.4.3. Lanzamiento
1.4.4. Notoriedad
1.5. Selección de acciones
1.5.1. Temporadas y ventas estacionales
1.5.2. Degustaciones y demostraciones en el punto de venta
1.6. Animación de puntos calientes y fríos en el establecimiento comercial
1.6.1. Tipos de animación y clientes del punto de venta
1.6.2. Áreas de bases: Expositores, Góndolas, Vitrinas Isletas
1.6.3. Indicadores visuales productos ganchos, decoración
1.6.4. Centros de atención e información en el punto de venta
1.7. Utilización de aplicaciones informáticas de gestión de proyectos/tareas

Unidad didáctica 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
2.2.1. Stoppers
2.2.2. Pancartas
2.2.3. Adhesivos
2.2.4. Displays
2.2.5. Stands
2.2.6. Móviles

© icaformación2026

2.2.7. Banderola
2.2.8. Carteles, entre otros
2.3 Técnicas de rotulación y serigrafía
2.3.1. Tipos de letras
2.3.2. Forma y color para folletos
2.3.3. Cartelística en el punto de venta
2.4. Mensajes promocionales
2.4.1. Mensaje publicitario-producto
2.4.2. Mecanismos de influencia: reflexión y persuasión
2.4.3. Reglamentación de la publicidad y promoción en el punto de venta
2.5. Aplicaciones informáticas para la autoedición de folletos y carteles publicitarios

Unidad didáctica 3: Control de las acciones promocionales

3.1. Criterios de control de las acciones promocionales
3.2. Cálculo de índices y ratios económico-financieros
3.2.1. Rotación en el lineal
3.2.2. Margen bruto
3.2.3. Tasa de marca
3.2.4. Ratios de rotación
3.2.5. Rentabilidad bruta
3.3. Análisis de resultados
3.3.1. Ratios de control de eficacia de las acciones promocionales
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

Unidad didáctica 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 on line

© icaformación2026