

Promociones en espacios comerciales



Área: Gestion comercial de ventas

Modalidad: Teleformación

Duración: 70 h

Precio: Consultar

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

OBJETIVOS

Organizar y controlar las acciones promocionales en espacios comerciales.

CONTENIDOS

1 promoción en el punto de venta - 1.1 comunicación comercial - 1.2 la promoción del fabricante - 1.3 formas de promoción - 1.4 selección de acciones - 1.5 animación de puntos - 1.6 actividades: promoción en el punto de venta - 2 merchandising y animación - 2.1 definición y alcance - 2.2 tipos de elementos - 2.3 técnicas de rotulación - 2.4 mensajes promocionales - 2.5 aplicaciones informáticas - 2.6 actividades: merchandising y animación - 3 control de las acciones promocionales - 3.1 criterios de control - 3.2 cálculo de índices - 3.3 análisis de resultados - 3.4 utilización de hojas - 3.5 actividades: control de las acciones promocionales - 4 acciones promocionales online - 4.1 internet como canal - 4.2 herramientas de promoción - 4.3 páginas web - 4.4 elementos de la tienda - 4.5 elementos de la promoción - 4.6 actividades: acciones promocionales online - 4.7 cuestionario: cuestionario módulo 4 -

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado**. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.
- **El curso puede realizarse exclusivamente a través de Internet pero si el estudiante lo desea puede adquirir un manual impreso**. De esta manera podrá volver a consultar la información del curso siempre que lo desee sin que necesite utilizar el Campus Virtual o, estar conectado a Internet.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados. No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.