

DESCRIPCIÓN

Los objetivos de este curso son:

- Aplicar técnicas de merchandising para la animación del punto de venta a partir de distintos tipos de establecimientos: gran superficie, hipermercado, supermercado, centro comercial o tradicional e implantación comercial.
- Analizar la información de los clientes y bases de datos de ventas de producto o servicio del SIM (sistemas de información de mercados) para la definición de distintos tipos de acciones en el lanzamiento e implantación de distintos tipos de productos y servicios.
- Caracterizar distintas acciones de marketing y promoción dirigidas al lanzamiento de productos y servicios a partir de una campaña, tipo de cliente, fechas especiales, tipo de establecimiento u otros.
- Elaborar informes de seguimiento y control de distintos de acciones promocionales en el punto de venta.

DIRIGIDO A

El curso está dirigido a alumnos interesados en la temática, y permitirá al usuario adquirir los conocimientos y destrezas necesarias para desempeñar funciones relacionadas con la materia.

REQUISITOS ESPECIALES DE ACCESO Y OBTENCIÓN DEL TÍTULO

No se establecen requisitos previos de acceso:

Requisitos para la obtención del título:

- Completar el 100% de las autoevaluaciones
- Lectura/ Estudio del material didáctico completo
- Visionado de los videos formativos
- Superar el examen final con una nota superior al 60% (3 intentos máximo)

Los alumnos que no superen el examen final, pero cumplan el resto de requisitos, podrán solicitar un certificado de Participación emitido por INTEDYA Internacional

FICHA DEL CURSO



Modalidad Elearning

Duración: 60 h / Duración Recomendada: 7 semanas



Titulación Otorgada

Marketing y promoción en el punto de venta



Título emitido por

Intedya
International Dynamic Advisors



Material Entregado

El curso está compuesto por material interactivo, con:

- Videos explicativos de cada unidad didáctica
- Pruebas de evaluación
- Tutorización on line
- Examen Final

FICHA DEL CURSO



Modalidad Elearning

Duración: 60 h / Duración
Recomendada: 7 semanas



Titulación Otorgada

Marketing y promoción en el punto de
venta



Material Entregado

El curso está compuesto por material
interactivo, con:

- Videos explicativos de cada
unidad didáctica
- Pruebas de evaluación
- Tutorización on line
- Examen Final



Título emitido por


Intedya[®]
International Dynamic Advisors

TEMARIO

Unidad didáctica 1. Marketing en el punto de venta.

- 1.1 Concepto de marketing en el punto de venta
- 1.2 Métodos físicos y psicológicos para incentivar la venta
- 1.3 Análisis del punto de venta
- 1.4 Gestión del surtido
- 1.5 Animación del punto de venta

Unidad didáctica 2. Marketing promocional

- 2.1 Concepto y fines de la promoción.
- 2.2 Formas de promoción dirigidas al consumidor: 2x1, 3x2, otras.
- 2.3 Formas de promoción a distribuidores, intermediarios y establecimiento
- 2.4 Promociones especiales.
- 2.5 Tipos de acciones de marketing y promoción según el punto de venta.
- 2.6 Acciones de marketing directo
- 2.7 Acciones de promoción «on line»

Unidad didáctica 3. Control y evaluación de acciones promocionales

- 3.1 Eficacia y eficiencia de la acción promocional
- 3.2 Índices y ratios económico-financieros de evaluación de promociones:
- 3.3 Aplicaciones para el cálculo y análisis de las desviaciones en las acciones promocionales.
- 3.4 Aplicaciones de gestión de proyectos y tareas y hojas de cálculo.
- 3.5 Informes de seguimiento de promociones comerciales