

Marketing Promocional

Familia profesional: Gestión comercial - Ventas

Modalidad: Teleformación

Duración: 25 horas

Objetivos:

- Conocer las diferentes funciones que desarrolla el departamento de ventas respecto a las promociones.
- Conocer los tipos de promociones que existen.
- Conocer el porqué de la animación de los productos en el punto de venta y su estudiada colocación.
- Adquirir los conocimientos necesarios de la gestión de stock y la rentabilidad de los productos.

Contenidos:

UD1. La promoción como una técnica dentro de cualquier plan de marketing.

- 1.1. Introducción al concepto de promoción: definición y características.
- 1.2. Objetivos de la promoción y la importancia de la participación del departamento de ventas.
- 1.3. Tipos de promociones.
- 1.4. La publicidad de la promoción y el papel que juegan los medios de comunicación.
- 1.5. El control de las promociones y la exhibición como medio de comunicación.
- 1.6. Rentabilidad y juicio crítico de la promoción.

UD2. El merchandising.

- 2.1. Introducción al concepto de merchandising: definición y características.
- 2.2. Técnica del merchandising.
 - 2.2.1. La tienda.
 - 2.2.2. La sección.
 - 2.2.3. El lineal.
 - 2.2.4. Gestión y rotación de los stocks.
 - 2.2.5. La rentabilidad.

Información específica

“Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de

profesionalidad”

Fecha de inicio y fecha de fin: Los cursos podrán comenzar cualquier día de la semana, ya que se imparten en la modalidad de teleformación. La fecha de fin dependerá de número de horas lectivas diarias que se programen.

Metodología: La METODOLOGÍA ONLINE propuesta se ajusta a las características y necesidades de cada alumno/a, combinando las metodologías de enseñanza programada y de trabajo autónomo del alumnado con el asesoramiento de un/a formador/a especializado y mediante el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, creando un entorno de aprendizaje activo, próximo y colaborativo en el Campus Virtual.

Requisitos de acceso: Para cursar esta formación no es necesario ningún requisito previo de acceso.

Material necesario para el desarrollo de la formación: El material didáctico objeto fundamental del proceso de enseñanza, será puesto a disposición del alumno en el Campus de manera ordenada y en los formatos más idóneos para ajustarlos a las especificaciones del curso. El alumno debe trabajarlos de manera autónoma dedicando un tiempo que dependerá de las necesidades individualizadas del alumno. Las actividades y casos prácticos buscan consolidar el proceso formativo de los alumnos poniendo en práctica lo aprendido sobre las disciplinas del programa cursado.

Evaluación: Para la obtención del correspondiente diploma o certificado de asistencia el/la alumno/a deberá realizar al menos el 75 por ciento de los controles periódicos de seguimiento.

Medios de contacto: Puede consultar sus dudas por teléfono (930 160 363) o por correo electrónico (didactic@didacticformacion.com)

Acreditación de los docentes: Los docentes de este curso cumplen con las prescripciones que se determinan en los certificados de profesionalidad que son similares a los contenidos de esta acción formativa.

Precio del curso: El precio final del curso, incluidos todos los conceptos, es de 7,5 € por hora. Se abonará en dos plazos, el primero antes de comenzar el curso y el segundo a su finalización. Cuando se abone el primer plazo se le dará acceso al alumno a la plataforma de teleformación.

Precio del curso bonificado: 7,5 €/h + 20% empresas de 1 hasta 5 trabajadores, 15% empresas de 6 a 9 trabajadores o 10% para empresas de más de 10 trabajadores por la gestión en la FUNDAE.