

OBJETIVO GENERAL

UC0503_3: Organizar y controlar las acciones promocionales en espacios comerciales:

- Definir acciones promocionales según los objetivos comerciales, incremento de ventas o rentabilidad.
- Elaborar elementos promocionales utilizando los materiales y equipos adecuados.
- Aplicar métodos de control de eficiencia en acciones promocionales en el punto de venta.

DURACIÓN

Horas totales: 70 presenciales

NIVEL DE ACCESO

Nivel mínimo de acceso: bachiller o grado medio.

CONTENIDOS FORMATIVOS:

Módulo 1. 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 proyecto-tareas

Módulo 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
- 2.3 Técnicas de rotulación y serigrafía
- 2.4 Mensajes promocionales
- 2.5 Aplicaciones informáticas para la autoedición de folletos y carteles publicitarios

Módulo 3. Control de las acciones promocionales

- 3.1 Criterios de control de las acciones promocionales
- 3.2 Cálculo de índices y ratios económicos-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

Módulo 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 informativas
- 4.4 Elementos de la tienda o espacio virtual
- 4.5 Elementos de la promoción on-line