Marketing y promoción en el punto de venta



Código: 09027

Unidad Formativa:
UF2394 - Marketing y promoción en el punto de venta

Módulo: MF2186_3 - LANZAMIENTO E IMPLANTACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Certificado de Profesionalidad:
COMM0112 - GESTIÓN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

Modalidad: ONLINE

Duración: 60h.

Metodología

El Curso está desarrollado con una metodología a distancia/online. Este sistema de enseñanza está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales. También permite el acceso al curso a aquellas personas que viven en zonas rurales y que tienen interés en continuar formándose.
El alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a su disponibilidad de tiempo.

Se 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 50% del total de las respuestas acertadas. Durante todo el transcurso de la formación, dispondrá de la atención de los tutores, así como la posibilidad de realizar consultas a través de la plataforma de teleformación para cursos online. Entre el material entregado en este curso, se adjunta un documento llamado *Guía didáctica del alumno* donde aparece el horario de tutorías y demás información relevante.

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la modalidad elegida y de las horas de formación. La titulación será remitida por correo una vez corregido su examen, o puesta a su disposición en la plataforma de teleformación una vez finalizado el curso.

Profesorado, medios y titulación

Nuestro centro de formación ha sido fundado en 1996 y en la actualidad, tiene presencia a nivel nacional disponiendo de una plantilla de más de 800 docentes entre personal laboral y freelance. Todos ellos son especialistas en diferentes familias profesionales y les acreditan los numerosos cursos que han impartido para nuestro grupo empresarial. Entre nuestro staff de formadores se encuentran ingenieros, arquitectos, economistas, informáticos, publicistas, diseñadores, médicos, enfermeros, veterinarios, fisioterapeutas, psicólogos, sociólogos, periodistas, filólogos, abogados, cocineros, licenciados en administración de empresas, licenciados en actividades físicas y deportivas, jardineros, peluqueros, educadores sociales, etc.

En todos nuestros cursos, independientemente de la metodología, se ponen a disposición del alumno los medios y materiales docentes necesarios para el desarrollo del mismo.
En los cursos en modalidad e-learning, las consultas y tutorías se pueden realizar a través de teléfono, email y la propia plataforma de teleformación.

En cuanto a la titulación, mostramos a continuación, el modelo de diploma que obtendrás a la finalización del curso:


Fundación Estatal
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

DIPLOMA
ACREDITATIVO

D./Dña. **XXXXX XXXXX XXXXX** con D.N.I. **11111111H**, ha realizado, con pleno aprovechamiento, el curso titulado **Curso Intensivo de Inglés B2**, con Código **19656** Grupo **30694**, entre los días **29/06/2023** y**30/08/2023**, con una duración total de **56** horas, en la modalidad formativa **ONLINE**

Contenidos impartidos (Ver Dorso)

Firma y sello de la entidad responsable de impartir la formación

Telf.: 91 1097505
www.aulaforma.es

Fecha de expedición
31 AGO 2023

Firma del alumno

Requistos previos

No hay requisitos previos, ni formativos ni profesionales.

Salidas profesionales

Este curso está específicamente diseñado para incrementar la cualificación profesional en la familia o sector correspondiente.

Objetivos

Este curso está dirigido a profesionales del comercio y la distribución que desean asumir tareas de marketing y promoción en tienda, así como a personas que se preparan para desempeñarlas. Capacita al alumnado para diseñar, ejecutar y evaluar acciones de marketing y promoción en el punto de venta, combinando el conocimiento del comportamiento del consumidor con la gestión del espacio comercial. A lo largo del recorrido se trabaja el análisis de la superficie de venta y del surtido, la animación del establecimiento mediante publicidad en el lugar de venta y escaparates, y el diseño de promociones dirigidas tanto al consumidor como a distribuidores e intermediarios, incluidas las acciones de marketing directo y en línea con el debido respeto a la protección de datos. La vertiente práctica ocupa un lugar central: se emplean ratios económico-financieros, hojas de cálculo y cronogramas para medir la eficacia y la eficiencia de cada acción y corregir las desviaciones detectadas. Al finalizar, el alumnado será capaz de planificar y poner en marcha acciones promocionales coherentes con los objetivos comerciales del establecimiento, así como de valorar sus resultados con indicadores y elaborar informes de seguimiento que permitan mejorar las decisiones futuras.

Contenidos

Módulo 1: El marketing en el punto de venta
1.1 - Concepto y funciones del marketing en el establecimiento comercial
1.2 - Objetivos de venta y lanzamiento de nuevos productos
1.3 - Métodos físicos y psicológicos para incentivar la venta
1.4 - Análisis del consumidor en el punto de venta
1.5 - La superficie de venta: espacio y optimización del lineal
1.6 - Gestión del surtido: amplitud, profundidad y planogramas
1.7 - Publicidad en el punto de venta y animación comercial
1.8 - El escaparate como recurso de comunicación
Resumen del módulo 1
Módulo 2: El marketing promocional: acciones y destinatarios
2.1 - Concepto, fines y objetivos de la promoción
2.2 - Instrumentos y tipos de acciones promocionales
2.3 - Promociones dirigidas al consumidor: el 2×1, el 3×2 y otras fórmulas
2.4 - Promociones para distribuidores, intermediarios y establecimientos
2.5 - Incentivos y promociones especiales en el punto de venta
2.6 - Marketing directo: posibilidades y evaluación de clientes potenciales
2.7 - Protección de datos en las acciones de marketing directo
2.8 - Promoción en línea: internet como canal y herramientas web
Resumen del módulo 2
Módulo 3: Seguimiento y control de las acciones promocionales
3.1 - Eficacia y eficiencia de la acción promocional
3.2 - Indicadores para evaluar la eficacia y la eficiencia
3.3 - Ratios económico-financieros: margen bruto y tasa de marca
3.4 - Stock medio, rotación de existencias y rentabilidad bruta
3.5 - Aplicaciones de cálculo y análisis de las desviaciones
3.6 - Gestión de proyectos y hojas de cálculo: el cronograma de la promoción
3.7 - Informes de seguimiento: resultados y medidas correctoras
Resumen del módulo 3