

Código: 09074

Unidad Formativa:
MF0503_3 - Promociones en espacios comerciales

Módulo: MF0503_3 - PROMOCIONES EN ESPACIOS COMERCIALES

Certificado de Profesionalidad:
COMP0108 - IMPLANTACIÓN Y ANIMACIÓN DE ESPACIOS COMERCIALESCOMT0411 - GESTIÓN COMERCIAL DE VENTAS

Modalidad: ONLINE

Duración: 70h.

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

Tel.: 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 capacita al alumnado para diseñar, ejecutar y evaluar promociones comerciales en establecimientos físicos y en entornos digitales, con un enfoque orientado a la atracción de clientes y a la mejora de los resultados de venta. Se dirige a personas con experiencia o interés en el comercio minorista, la animación del punto de venta y la comunicación comercial, que deseen consolidar una visión integral de la promoción como herramienta de marketing. El alumnado aprende a planificar y seleccionar acciones ajustadas al público objetivo, a coordinar la promoción del fabricante con la del establecimiento y a aplicar técnicas de merchandising, rotulación, publicidad en el punto de venta y autoedición de materiales. La parte práctica ocupa un lugar central: se trabaja el control de las acciones mediante índices y ratios económico-financieros, el análisis de resultados, la aplicación de medidas correctoras y el uso de hojas de cálculo y aplicaciones de gestión de tareas, junto con las herramientas de promoción en internet y los elementos propios de la tienda virtual. Al finalizar, el alumnado será capaz de diseñar un plan promocional coherente, implantarlo en el punto de venta y en el canal online, y evaluar su rentabilidad para introducir mejoras.

Contenidos

Módulo 1: La comunicación comercial en el establecimiento
1.1 - El proceso de comunicación entre la empresa y el cliente
1.2 - El público objetivo y su influencia en el mensaje promocional
1.3 - Canales y soportes de la comunicación comercial
1.4 - La promoción impulsada por el fabricante
1.5 - La promoción propia del establecimiento
1.6 - Coordinación entre las acciones del fabricante y del comercio
Resumen del módulo 1
Módulo 2: Planificación y selección de acciones promocionales
2.1 - Objetivos y criterios de la planificación promocional
2.2 - Adecuación de la acción al público objetivo
2.3 - Criterios para seleccionar y combinar acciones
2.4 - Calendario, medios y presupuesto de la promoción
2.5 - Gestión de proyectos y tareas con aplicaciones informáticas
2.6 - Seguimiento de la planificación y ajuste de desviaciones
Resumen del módulo 2
Módulo 3: Formas de promoción dirigidas al consumidor
3.1 - Reducciones de precio y ofertas especiales
3.2 - Regalos, muestras y pruebas de producto
3.3 - Sorteos, concursos y dinámicas de participación
3.4 - Acciones de fidelización y captación de clientes
3.5 - Venta cruzada y promociones combinadas
3.6 - Criterios para elegir la fórmula promocional más adecuada
Resumen del módulo 3
Módulo 4: Animación y dinamización del punto de venta
4.1 - Finalidad y principios de la animación comercial
4.2 - Zonas calientes y zonas frías del establecimiento
4.3 - Técnicas para activar los puntos de venta
4.4 - Demostraciones, degustaciones y eventos en tienda
4.5 - Ambientación y experiencia de compra
4.6 - Evaluación del impacto de la animación
Resumen del módulo 4
Módulo 5: Fundamentos del merchandising
5.1 - Concepto y alcance del merchandising
5.2 - Funciones del merchandising en la estrategia comercial
5.3 - Tipos y ámbitos de aplicación
5.4 - El surtido y su organización en el espacio
5.5 - Distribución, recorridos y zonas de paso
5.6 - Relación entre merchandising, promoción y ventas
Resumen del módulo 5
Módulo 6: Publicidad y rotulación en el punto de venta
6.1 - Elementos de publicidad en el punto de venta
6.2 - Rotulación, serigrafía y otros sistemas de impresión

6.3 - Diseño de mensajes promocionales eficaces
6.4 - Cartelería y material promocional
6.5 - Autoedición de folletos y carteles publicitarios
6.6 - Mantenimiento, renovación y coherencia visual
Resumen del módulo 6
Módulo 7: Control y seguimiento de las acciones promocionales
7.1 - Criterios de control de las acciones promocionales
7.2 - Indicadores de seguimiento de la promoción
7.3 - Recogida y organización de la información
7.4 - Herramientas de control y registro
7.5 - Detección de incidencias durante la acción
7.6 - Documentación del seguimiento promocional
Resumen del módulo 7
Módulo 8: Análisis económico-financiero y medidas correctoras
8.1 - Índices y ratios económico-financieros aplicados a la promoción
8.2 - Cálculo del coste y del retorno de la acción
8.3 - Análisis de resultados y comparación con los objetivos
8.4 - Hojas de cálculo para la organización y el control del trabajo
8.5 - Diagnóstico de desviaciones y análisis de sus causas
8.6 - Aplicación de medidas correctoras en el punto de venta
Resumen del módulo 8
Módulo 9: Internet como canal de información y venta
9.1 - Internet en la comunicación de la empresa y del establecimiento
9.2 - Tipos de sitios web y estilos para espacios virtuales
9.3 - Páginas comerciales y páginas informacionales
9.4 - Elementos que componen la tienda virtual
9.5 - Usabilidad y recorrido del usuario en el espacio virtual
9.6 - Coherencia entre la imagen física y la digital
Resumen del módulo 9
Módulo 10: Herramientas y acciones de promoción online
10.1 - Herramientas de promoción en entornos digitales
10.2 - Promociones en redes sociales y boletines electrónicos
10.3 - Acciones promocionales en plataformas de venta en línea
10.4 - Elementos promocionales de la tienda virtual
10.5 - Medición de resultados de la promoción online
10.6 - Integración de la promoción física y digital
Resumen del módulo 10