ESCUELA EUROPEA DE FORMACIÓN

Promociones en espacios comerciales (MF0503_3)

Promociones en espacios comerciales (MF0503_3)

Duración: 70 horas

Precio: euros

Modalidad: e-learning

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un acceso a una plataforma de teleformación de última generación con 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 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© ESEFOR 2025

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.

Titulación:

Al finalizar el curso obtendrás un certificado de realización y aprovechamiento del curso según el siguiente modelo:

© ESEFOR 2025

Prequisitos previos:

No hay requisitos previos ni profesionales ni formativos

Salidas profesionales:

Esta formación está encaminada a obtener una mejor cualificación y competencia profesional.

Programa del curso:

.1. Comunicación comercial
1.1.1. Publicidad y promoción
1.1.2. Políticas de Marketing directo
1.2. Planificación de actividades promocionales según el público objetivo
1.3. La promoción del fabricante y del establecimiento
1.3.1. Diferencias
1.3.2. Relaciones beneficiosos
1.4. Formas de promoción dirigidas al consumidor
1.4.1. Información
1.4.2. Venta

© ESEFOR 2025

1.4.3. Lanzamiento
1.4.4. Notoriedad
1.5. Selección de acciones
1.5.1. Temporadas y ventas estacionales
1.5.2. Degustaciones y demostraciones en el punto de venta
1.6. Animación de puntos calientes y fríos en el establecimiento comercial
1.6.1. Tipos de animación y clientes del punto de venta
1.6.2. Áreas de bases: Expositores, Góndolas, Vitrinas Isletas
1.6.3. Indicadores visuales productos ganchos, decoración
1.6.4. Centros de atención e información en el punto de venta
1.7. Utilización de aplicaciones informáticas de gestión de proyectos/tareas

Unidad didáctica 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
2.2.1. Stoppers
2.2.2. Pancartas
2.2.3. Adhesivos
2.2.4. Displays
2.2.5. Stands
2.2.6. Móviles
2.2.7. Banderola
2.2.8. Carteles, entre otros
2.3 Técnicas de rotulación y serigrafía
2.3.1. Tipos de letras
2.3.2. Forma y color para folletos
2.3.3. Cartelística en el punto de venta
2.4. Mensajes promocionales
2.4.1. Mensaje publicitario-producto
2.4.2. Mecanismos de influencia: reflexión y persuasión
2.4.3. Reglamentación de la publicidad y promoción en el punto de venta
2.5. Aplicaciones informáticas para la autoedición de folletos y carteles publicitarios

Unidad didáctica 3: Control de las acciones promocionales

3.1. Criterios de control de las acciones promocionales
3.2. Cálculo de índices y ratios económico-financieros
3.2.1. Rotación en el lineal
3.2.2. Margen bruto
3.2.3. Tasa de marca
3.2.4. Ratios de rotación
3.2.5. Rentabilidad bruta
3.3. Análisis de resultados
3.3.1. Ratios de control de eficacia de las acciones promocionales
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

Unidad didáctica 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 informacionales
4.4. Elementos de la tienda y/o espacio virtual

© ESEFOR 2025

4.5. Elementos de la promoción on line

© ESEFOR 2025