



MF0503_3. Promociones en espacios comerciales

Objetivos

□ **Objetivo general**

- Organizar y controlar las acciones promocionales en espacios comerciales.

□ **Objetivos específicos**

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

Contenidos

MF0503_3. Promociones en espacios comerciales	Tiempo estimado
<p>Unidad 1: Promoción en el punto de venta.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicación comercial. <ul style="list-style-type: none"> ○ Elementos de la comunicación. ○ Marketing mix. ○ Publicidad y promoción. ○ Canales de comunicación. ○ Políticas de marketing directo. ○ Bases de datos. • Planificación de actividades promocionales según el público objetivo. <ul style="list-style-type: none"> ○ Público objetivo. ○ La campaña promocional. ○ Tipos de promociones. • La promoción del fabricante y del establecimiento. <ul style="list-style-type: none"> ○ Ventajas. ○ Diferencias. ○ Relaciones beneficiosas. • Formas de promoción dirigidas al consumidor. <ul style="list-style-type: none"> ○ Información. ○ Venta. ○ Lanzamiento. ○ Notoriedad. • Selección de acciones. <ul style="list-style-type: none"> ○ Temporadas y ventas estacionales. ○ Degustaciones y demostraciones en el punto de venta. • Animación de puntos calientes y fríos en el establecimiento comercial. <ul style="list-style-type: none"> ○ Zonas calientes y zonas frías en los comercios. ○ Tipos de animación y clientes en el punto de venta ○ Área de bases: expositores, góndolas, vitrinas e isletas. ○ Indicadores visuales, productos ganchos, decoración ○ Centros de atención e información en el punto de venta. • Utilización de aplicaciones informáticas de gestión de proyectos/tareas. 	
Cuestionario de Autoevaluación UA 01	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 01	1 hora
Tiempo total de la unidad	26 horas

<p>Unidad 2: Merchandising y animación del punto de venta.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definición y alcance del merchandising. <ul style="list-style-type: none"> ○ Diferencias entre merchandising del fabricante y del distribuidor. • Tipos de elementos de publicidad en el punto de venta. <ul style="list-style-type: none"> ○ Stoppers. ○ Pancartas. ○ Adhesivos. ○ Displays. ○ Stands. ○ Móviles. ○ Banderolas. ○ Carteles, entre otros. • Técnicas de rotulación y serigrafía. <ul style="list-style-type: none"> ○ Cartelística en el punto de venta. ○ Tipos de letras. ○ Forma y color para folletos. • Mensajes promocionales. <ul style="list-style-type: none"> ○ Mensaje publicitario-producto. ○ Mecanismos de influencia: reflexión y persuasión. ○ Reglamentación de la publicidad y promoción en el punto de venta. • Aplicaciones informáticas para la autoedición de folletos y carteles publicitarios. 	
<p>Cuestionario de Autoevaluación UA 02</p>	<p>30 minutos</p>
<p>Actividad de Evaluación UA 02</p>	<p>1 hora</p>
<p>Tiempo total de la unidad</p>	<p>19 horas</p>
<p>Unidad 3: Control de las acciones promocionales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Criterios de control de las acciones promocionales. <ul style="list-style-type: none"> ○ Control de la satisfacción de la clientela. ○ Criterios de control promocional. • Cálculos de índices y ratios económico-financieros. <ul style="list-style-type: none"> ○ Rotación en el lineal. ○ Margen bruto. ○ Tasa de marca. ○ Ratios de rotación. ○ Rentabilidad bruta. • Análisis de resultados. <ul style="list-style-type: none"> ○ Ratios de control de eficacia de las acciones promocionales. • Aplicación de medidas correctoras en el punto de venta. • Utilización de hojas de cálculo informático para la organización y control de trabajo. 	

Cuestionario de Autoevaluación UA 03	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 03	1 hora
Tiempo total de la unidad	13 horas
<p>Unidad 4: Acciones promocionales online.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acciones promocionales online. <ul style="list-style-type: none"> ○ Dispositivos de promoción online. • Internet como canal de información y comunicación de la empresa/establecimiento. <ul style="list-style-type: none"> ○ Presencia en internet. ○ Diseño web. ○ Promoción y comunicación de la página web. • Herramientas de promoción online, sitios y estilos web para la promoción de espacios virtuales. • Páginas web comerciales e informales. • Elementos de la tienda y/o espacio virtual. <ul style="list-style-type: none"> ○ Elementos de promoción online. 	
Cuestionario de Autoevaluación UA 04	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 04	1 hora
Tiempo total de la unidad	11 horas
Evaluación final MF0503_3	1 hora
4 unidades	70 horas