Paraninfo

UF2394 - Marketing y promoción en el punto de venta

Editorial: Paraninfo
Autor: MARÍA DE LA CRUZ GARCÍA AMARILLA
Clasificación: Certificados Profesionales > Comercio y Marketing
Tamaño: 17 x 24 cm.
Páginas: 130
ISBN 13: 9788428334433
ISBN 10: 8428334439
Precio sin IVA: 13,94 Eur
Precio con IVA: 14,50 Eur
Fecha publicacion: 24/11/2016

Sinopsis

El comercio es una práctica milenaria que existe desde los inicios de la civilización, y las técnicas de venta, más o menos conscientes o más o menos efectivas, han formado parte de este viaje hasta llegar a nuestros días. Dadas las características de la sociedad actual, será necesario contar con un entramado de técnicas y estrategias que nos ayuden a posicionar nuestra marca en un lugar privilegiado dentro de la mente del consumidor.
A través de este libro aprenderemos a analizar la información sobre los clientes y también las bases de datos de ventas de producto o servicio del SIM (Servicio de Información de Mercados). Además, estudiaremos distintas acciones de marketing y promoción dirigidas al lanzamiento de productos y veremos cómo aplicar técnicas de merchandising para la animación del punto de venta, según los distintos tipos de establecimientos. Por último, aprenderemos a elaborar informes de seguimiento y control de acciones promocionales. Cada capítulo se complementa con ejemplos de casos reales, gráficos explicativos y actividades prácticas y de autoevaluación, cuyas soluciones están disponibles en www.paraninfo.es.
Los contenidos se corresponden fielmente con los establecidos para la UF 2394 *Marketing y promoción en el punto de venta*, incardinada en el MF 2186_3 *Lanzamiento e implantación de productos y servicios*, perteneciente al certificado de profesionalidad COMM0112 *Gestión de marketing y comunicación*, regulado por el RD 614/2013, de 2 de agosto.

María de la Cruz García Amarilla es licenciada en Investigación y Técnicas de Mercado.

Indice

1. Marketing en el punto de venta

1.1. Concepto de marketing en el punto de venta

1.2. Métodos físicos y psicológicos para incentivar las ventas

1.3. Análisis del punto de venta

1.4. Gestión del surtido

1.5. Animación del punto de venta

EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

2. Marketing promocional

2.1. Concepto y fines de la promoción

2.2. Formas de promoción dirigidas al consumidor

2.3. Formas de promoción dirigidas a distribuidores, intermediarios y establecimiento

2.4. Promociones especiales

2.5. Tipos de acciones de marketing y promoción según el punto de venta

2.6. Acciones de marketing directo

2.7. Acciones de promoción online

EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

3. Control y evaluación de acciones promocionales

3.1. Eficacia y eficiencia de la acción promocional

3.2. Índices y ratios económico-financieros de evaluación de promociones

3.3. Aplicaciones para el cálculo y análisis de las desviaciones en las acciones promocionales

3.4. Aplicaciones de gestión de proyectos y tareas y hojas de cálculo

3.5. Informes de seguimiento de promociones comerciales

EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Fuentes consultadas

Ediciones Paraninfo S.A. Calle José Abascal 41, Oficina 709. 28003 Madrid (España)
Tel. (+34) 914 463 350 Fax
info@paraninfo.es www.paraninfo.es