

La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



Marketing promocional

Modalidad:

e-learning con una duración 40 horas

Objetivos:

- Conocer las diferentes funciones que desarrolla el departamento de ventas respecto a las promociones.
- Conocer los tipos de promociones que existen.
- Conocer el porqué de la animación de los productos en el punto de venta y su estudiada colocación.
- Adquirir los conocimientos necesarios de la gestión de stock y la rentabilidad de los productos

Contenidos:

1. La promoción como una técnica dentro de cualquier plan de marketing 1.1. Introducción al concepto de promoción: definición y características 1.2. Objetivos de la promoción y la importancia de la participación del departamento de ventas 1.3. Tipos de promociones 1.4. La publicidad de la promoción y el papel que juegan los medios de comunicación 1.5. El control de las promociones y la exhibición como medio de comunicación 1.6. Rentabilidad y juicio crítico de la promoción 2. El merchandising 2.1. Introducción al concepto de merchandising: definición y características 2.2. La tienda 2.3. La sección 2.4. El surtido 2.5. El mobiliario 2.6. El lineal 2.7. Gestión y rotación de los stocks 2.8. La rentabilidad

