



## **ÁREA: MARKETING Y PUBLICIDAD**

### **MARKETING PROMOCIONAL**

**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.

#### **ÍNDICE:**

### **TEMA 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

### **TEMA 2. EL MERCHANDISING**

- 2.1. Introducción al concepto de merchandising: definición y características
- 2.2. Técnica del merchandising
  - 2.2.1. La tienda
  - 2.2.2. La sección
  - 2.2.3. El lineal
  - 2.2.4. Gestión y rotación de los stocks
  - 2.2.5. La rentabilidad