

Marketing promocional

AF: 40021

OBJETIVO

- Conocer las diferentes funciones que desarrolla el departamento de ventas respecto a las promociones.
- Conocer los tipos de promociones que existen.
- Conocer el porque de la animacion de los productos en el punto de venta y su estudiada colocacion.
- Adquirir los conocimientos necesarios de la gestion de stock y la rentabilidad de los productos

ÍNDICE

1. La promocion como una tecnica dentro de cualquier plan de marketing 1.1. Introduccion al concepto de promocion: definicion y caracteristicas1.2. Objetivos de la promocion y la importancia de la participacion del departamento de ventas1.3. Tipos de promociones1.4. La publicidad de la promocion y el papel que juegan los medios de comunicacion1.5. El control de las promociones y la exhibicion como medio de comunicacion1.6. Rentabilidad y juicio critico de la promocion
2. El merchandising 2.1. Introduccion al concepto de merchandising: definicion y caracteristicas2.2. La tienda2.3. La seccion2.4. El surtido2.5. El mobiliario2.6. El lineal2.7. Gestion y rotacion de los stocks2.8. La rentabilidad

