

COMM026PO. PROMOCIONES COMERCIALES EN EL PUNTO DE VENTA



SKU: PD256

Horas: 40

OBJETIVOS

Objetivo General

- Distinguir los tipos de campañas de promoción y elaborar un programa de promoción, así como identificar las características de la publicidad de un lugar de venta, los materiales que se utilizan y los elementos que favorecen la venta.

CONTENIDO

Unidad 1: Métodos físicos y psicológicos para calentar puntos fríos.

- Zonas frías y calientes.
- Métodos físicos para calentar puntos fríos.
- Métodos psicológicos para calentar puntos fríos.

Unidad 2: Tipos de campañas de promoción.

- Por su duración.
- Por su importancia dentro del marketing.
- Por su objetivo.
- Por sus resultados.
- Por su forma.
- Por su contenido.
- Por su sistema.
- Por su integración.

Unidad 3: Etapas de un programa de promoción.

- Situación del problema.
- Idea central.

- Tipos de acciones.
- Calendario.
- Medios materiales y humanos.
- Test de acciones.
- Programa de seguimiento de las acciones.

Unidad 4: Concepto y características de la PLV.

- Concepto, objetivos, características y funciones de la PLV.
- Promoción y patrocinio.
- Campañas: mensajes, objetivos y evaluación.

Unidad 5: Evolución de la PLV.

- PLV personal.
- PLV sonora.
- PLV audiovisual.
- PLV visual.

Unidad 6: Elementos y materiales de la PLV.

- Elementos y materiales de la PLV.
- PLV permanente.
- PLV semipermanente o promocional.

Unidad 7: La PLV y el merchandising.

- Concepto y merchandising.
- La PLV y el merchandising.