



Guía Didáctica

Promociones en espacios
comerciales (MF0503_3)

Objetivos

□ **Objetivos Generales**

- Definir acciones promocionales según los objetivos comerciales, incremento de ventas o rentabilidad de espacios comerciales.
- Elaborar elementos promocionales para establecimientos comerciales, utilizando los materiales y equipos adecuados.
- Aplicar métodos de control de eficiencia en acciones promocionales en el punto de venta.

□ **Objetivos Específicos**

- Conocer las distintas vías publicitarias.
- Distinguir entre los distintos tipos de promociones.
- Describir las distintas técnicas de promoción del punto de venta.
- Conocer las diversas técnicas empleadas en la promoción dirigida a la persona consumidora.
- Saber emplear las técnicas empleadas en la promoción dirigida a la clientela.
- Conocer y aplicar las distintas técnicas empleadas para la animación del punto de venta teniendo en cuenta las zonas frías y calientes del establecimiento.
- Identificar la relación existente entre el merchandising del fabricante y el merchandising de la entidad distribuidora.
- Reconocer las técnicas desarrolladas en colaboración entre el merchandising del fabricante y el merchandising de la entidad distribuidora.
- Conocer e identificar los distintos tipos de elementos publicitarios que se pueden utilizar en el punto de venta.
- Conocer las distintas técnicas de rotulación.

- Examinar las distintas tipografías, formas, líneas, figuras geométricas, colores, tonos, ... que se utilizan en rotulación.
- Conocer los distintos tipos de mensajes promocionales.
- Reconocer los distintos criterios de control de las acciones promocionales.
- Calcular e identificar los índices y ratios de rotación del lineal.
- Calcular e identificar el margen bruto que puede dejar los productos.
- Calcular e identificar los índices de la tasa de marca de los productos.
- Calcular e identificar los índices de rentabilidad de los productos en el punto de venta.
- Analizar los datos obtenidos de los diversos cálculos dentro del punto de venta.
- Utilizar y aplicar las medidas correctoras necesarias en el punto de venta.
- Conocer y establecer acciones promocionales Online.

Contenidos

70 horas	Promociones en espacios comerciales (MF0503_3)
24 horas	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad 1: Promoción, merchandising y animación en el punto de venta (parte 1) <ul style="list-style-type: none"> • Comunicación comercial • Planificación de actividades promocionales según el público objetivo • La promoción del fabricante y del establecimiento • Formas de promoción dirigidas al consumidor • Selección de acciones • Animación de puntos calientes y fríos en el establecimiento comercial • Utilización de aplicaciones informáticas de gestión de proyectos o tareas
23 horas	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad 2: Promoción, merchandising y animación en el punto de venta (parte 2) <ul style="list-style-type: none"> • Definición y alcance del merchandising • Tipos de elementos de publicidad en el punto de venta • Técnicas de rotulación y serigrafía • Mensajes promocionales • Aplicaciones informáticas para la autoedición de folletos y carteles publicitarios
23 horas	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad 3: Promociones en espacios comerciales <ul style="list-style-type: none"> • Criterios de control de las acciones promocionales • Cálculo de índices y ratios económico – financieros • Análisis de resultados • Análisis de medidas correctoras en el punto de venta y uso de hojas de cálculo • Acciones promocionales online • Herramientas de promoción online, sitios y estilos web para la promoción de espacios virtuales • Páginas web comerciales e informales, elementos de la tienda y/o espacio virtual y elementos de la promoción online
70 horas	3 unidades didácticas