



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

Publicidad en el punto de Venta

Modalidad de realización del curso: -

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

OBJETIVOS

Organizar la publicidad y las promociones necesarias en el punto de venta para alcanzar los objetivos previstos. Coordinación de las actuaciones de promoción y publicidad en el establecimiento comercial. Diseñar una campaña de publicidad en la sala de ventas, a partir de los propósitos, los medios adecuados y necesarios, y el presupuesto disponible. Controlar las actuaciones de merchandising que se llevan a cabo en el establecimiento.

CONTENIDOS

MARKETING EN EL PUNTO DE VENTA

1. Objetivos
2. Introducción
3. Marketing aplicado al punto de venta
4. El mix de marketing en el punto de venta
5. Formas de distribución comercial

MERCHANDISING

1. Objetivos
2. Introducción

3. Consideraciones previas
4. Definición de merchandising
5. Objetivos generales del merchandising
6. Componentes básicos del merchandising
7. Merchandising: ¿comunicación o distribución dentro del marketing mix?
8. Origen y evolución
9. Merchandising interno y externo
10. Merchandising y marketing
11. El merchandiser: el profesional del merchandising

EL CONSUMIDOR

1. Objetivos
2. Introducción
3. Necesidad de conocer al consumidor antes de realizar la publicidad en el
4. Punto de venta
5. El consumidor y su comportamiento
6. El comportamiento en el punto de venta
7. Las necesidades del consumidor
8. Determinantes del comportamiento del consumidor
9. El proceso de decisión de compra
10. Lo que compran los consumidores
11. Principales instrumentos de conocimiento del consumidor

COMUNICACIÓN Y ANIMACIÓN VISUAL EXTERNAS

1. Objetivos
2. Introducción
3. Ubicación y emplazamiento
4. La imagen corporativa
5. Indicadores y señalética exteriores
6. El rótulo
7. Fachada y accesos al comercio como elementos comunicativos
8. El escaparate

LOS CARTELES EN EL PUNTO DE VENTA

1. Objetivos
2. Introducción
3. Concepto y objetivos del cartel
4. Los elementos del cartel
5. Tipos de carteles
6. Aspectos básicos a tener en cuenta en la realización de carteles
7. Cómo diseñar un cartel
8. Colocación de los carteles
9. Aplicación de los carteles
10. Tipografía del cartel
11. Las palabras y su aplicación comercial

ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTA Y PROMOCIÓN DE VENTAS

1. Objetivos
2. Introducción
3. La animación del establecimiento
4. La promoción de ventas

LA PUBLICIDAD EN EL PUNTO DE VENTA

1. Objetivos
2. Introducción

3. La publicidad
4. Tipos de publicidad empleados "por" el punto de venta
5. Publicidad en el lugar de venta
6. Tipos de plv
7. El mensaje publicitario
8. Elementos publicitarios utilizados en el punto de venta
9. Limitaciones de la publicidad



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es