

# Paraninfo

## UF2394 - Marketing y promoción en el punto de venta



**Editorial:** Paraninfo

**Autor:** MARÍA DE LA CRUZ GARCÍA  
AMARILLA

**Clasificación:** Certificados Profesionales >  
Comercio y Marketing

**Tamaño:** 17 x 24 cm.

**Páginas:** 130

**ISBN 13:** 9788428334433

**ISBN 10:** 8428334439

**Precio sin IVA:** \$ 350.00 Mxn

**Precio con IVA:** \$ 350.00 Mxn

**Fecha publicación:** 24/11/2016

### Sinopsis

El comercio es una práctica milenaria que existe desde los inicios de la civilización, y las técnicas de venta, más o menos conscientes o más o menos efectivas, han formado parte de este viaje hasta llegar a nuestros días. Dadas las características de la sociedad actual, será necesario contar con un entramado de técnicas y estrategias que nos ayuden a posicionar nuestra marca en un lugar privilegiado dentro de la mente del consumidor.

A través de este libro aprenderemos a analizar la información sobre los clientes y también las bases de datos de ventas de producto o servicio del SIM (Servicio de Información de Mercados). Además, estudiaremos distintas acciones de marketing y promoción dirigidas al lanzamiento de productos y veremos cómo aplicar técnicas de merchandising para la animación del punto de venta, según los distintos tipos de establecimientos. Por último, aprenderemos a elaborar informes de seguimiento y control de acciones promocionales. Cada capítulo se complementa con ejemplos de casos reales, gráficos explicativos y actividades prácticas y de autoevaluación, cuyas soluciones están disponibles en [www.paraninfo.es](http://www.paraninfo.es).

Los contenidos se corresponden fielmente con los establecidos para la UF 2394 *Marketing y promoción en el punto de venta*, incardinada en el MF 2186\_3 *Lanzamiento e implantación de productos y servicios*, perteneciente al certificado de profesionalidad COMM0112 *Gestión de marketing y comunicación*, regulado por el RD 614/2013, de 2 de agosto.

## Índice

### **1. Marketing en el punto de venta**

- 1.1. Concepto de marketing en el punto de venta
- 1.2. Métodos físicos y psicológicos para incentivar las ventas
- 1.3. Análisis del punto de venta
- 1.4. Gestión del surtido
- 1.5. Animación del punto de venta

#### EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

### **2. Marketing promocional**

- 2.1. Concepto y fines de la promoción
- 2.2. Formas de promoción dirigidas al consumidor
- 2.3. Formas de promoción dirigidas a distribuidores, intermediarios y establecimiento
- 2.4. Promociones especiales
- 2.5. Tipos de acciones de marketing y promoción según el punto de venta
- 2.6. Acciones de marketing directo
- 2.7. Acciones de promoción online

#### EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

### **3. Control y evaluación de acciones promocionales**

- 3.1. Eficacia y eficiencia de la acción promocional
- 3.2. Índices y ratios económico-financieros de evaluación de promociones
- 3.3. Aplicaciones para el cálculo y análisis de las desviaciones en las acciones promocionales
- 3.4. Aplicaciones de gestión de proyectos y tareas y hojas de cálculo
- 3.5. Informes de seguimiento de promociones comerciales

#### EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

### **Fuentes consultadas**

Ediciones Paraninfo S.A. Calle Velázquez no. 31, 3º. Derecha, 28001 Madrid (España)

Tel. (+34) 914 463 350 Fax (34) 91 445 62 18

[email protected] [www.paraninfo.es](http://www.paraninfo.es)