

MARKETING EN EL PUNTO DE VENTA

SKU: EVOL-2983-VNO-B | Categorías: [COMERCIO Y MARKETING](#), [Marketing](#), [Publicidad y Comunicación](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [25](#)

Acreditado por Universidad [NO](#)

Créditos ECTS [0](#)

CURSO TEMÁTICO

Objetivos

- Analizar la información de los clientes y bases de datos de ventas de producto o servicio del SIM (sistemas de información de mercados) para la definición de distintos tipos de acciones en el lanzamiento e implantación de distintos tipos de productos y servicios Aplicar técnicas de merchandising para la animación del punto de venta a partir de distintos tipos de establecimiento: gran superficie, hipermercado, supermercado, centro comercial o tradicional e implantación comercial.

Contenidos

1. Concepto de marketing en el punto de venta.
2. Métodos físicos y psicológicos para incentivar la venta.
3. Análisis del punto de venta.
4. Gestión de surtido.
5. Animación del punto de venta

