FICHA TÉCNICA DEL CURSO

Nombre del curso: Marketing promocional
Duración: 20h
Modalidad: Online

Objetivo

- 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 Caracterizar distintas acciones de marketing y promoción dirigidas al lanzamiento de productos y servicios a partir de una campaña, tipo de cliente, fechas especiales, tipo de establecimiento u otros.

Contenido

1. Concepto y fines de la promoción.

2. Formas de promoción dirigidas al consumidor: 2x1, 3x2, otras.

3. Formas de promoción a distribuidores, intermediarios y establecimientos.

4. Promociones especiales.

5. Tipos de acciones de marketing y promoción según el punto de venta.

6. Acciones de marketing directo.

7. Acciones de promoción on-line