UDS UNIVERSIDAD DEL SURESTE

"Pasión por educar"

- **TEMA: Mapa Conceptual**
- **NOMBRE DEL ALUMNO:** Jeni Lizbet López Aguilar
- **CARRERA: Medicina Veterinaria y Zootecnia**
- **CUATRIMESTRES:** 6to
- **MATERIA: Acción promocional**
- **MAESTRO: Sarain Gumeta Moreno**

Acción promocional

Promociones Corporativas.

Es un factor decisivo al momento de posicionar un producto o marca

El objetivo, Crear, mantener o ampliar, la credibilidad, la admiración y el sentido de identidad hacia la empresa.

Promociones Cruzadas

Es la técnica de comercialización donde dos empresas o más.

Esta técnica las ayuda aumentar el número de personas a quienes están tratando de vender

Las promociones cruzadas se realizan asociando un producto con otro.

El Merchandising.

Surgió con la aparición de las actividades en establecimientos comerciales, ligada al cambio del comercio

La finalidad de las técnicas de merchandising son las de poder seguir argumentando e influir sobre el público

Tipos de Merchandising

Merchandising de organización / Presentación

Merchandising por gestión

Merchandising de seducción y animación

Ferias y exposiciones

Una feria, es un punto de encuentro entre la oferta y la demanda.

Las exposiciones no venden, solo exhiben el producto y los gastos originados por estas son inversiones a recuperar a corto plazo.