

## MT13356 – Publicidad y promoción de ventas

### Notas de enseñanza

#### Temas 1 – 2

##### Notas de enseñanza para la modalidad presencial (profesor):

- Cuando se realice la actividad 1, se debe hacer mucho hincapié en que los alumnos completen la primera parte en forma individual para poder continuar con la actividad colaborativa. En caso de que algún alumno no complete la primera parte, será a criterio del profesor dejarlo continuar con la actividad.
- Asegurarse que los alumnos entiendan los conceptos de promoción de ventas, publicidad y ventas personales; así como la mezcla promocional y cómo se relaciona ésta con las otras P's de la mercadotecnia.
- Compartir con los alumnos ejemplos de su propia experiencia profesional en el área e invitar a los alumnos a distinguir entre las distintas herramientas de la mezcla promocional y la importancia de su integración.
- Desde el primer día de clases es muy importante mostrar ejemplos prácticos, pasados y actuales, para hacer la clase dinámica y atractiva.
- Las explicaciones sugeridas las puede llevar a cabo en clase, empleando las herramientas de Blackboard o bien crear sus propios videos y compartirlos con los alumnos. Una herramienta fácil de utilizar para la creación de videos es la siguiente: <http://www.screencast-o-matic.com/>

##### Notas de enseñanza para la modalidad en línea (tutor):

- Asegurarse que los alumnos entiendan los conceptos de promoción de ventas, publicidad y ventas personales; así como la mezcla promocional y como se relaciona ésta con las otras P's de la mercadotecnia.
- Compartir con los alumnos ejemplos de su propia experiencia profesional en el área e invitar a los alumnos a distinguir entre las distintas herramientas de la mezcla promocional y la importancia de su integración.
- Desde el primer día del curso es muy importante compartir constantemente ejemplos prácticos, pasados y actuales, para hacer el curso más dinámico y atractivo.
- Las explicaciones las puede llevar a cabo empleando las herramientas de Blackboard o bien crear sus propios videos y compartirlos con los alumnos. Una herramienta fácil de utilizar para la creación de videos es la siguiente: <http://www.screencast-o-matic.com/>

#### Temas 3 – 4

##### Notas de enseñanza para la modalidad presencial (profesor):

- Se recomienda que cuando se imparta la clase, se profundice a detalle en el **modelo de planeación de comunicaciones de marketing integradas** propuesto por Belch y Belch. De esta forma, el alumno tendrá un mejor panorama de cómo se involucran todas las áreas de mercadotecnia en el desarrollo de la CIM y podrá entender más adelante los pormenores de cómo se desarrolla una campaña de promoción de ventas.
- Es importante recalcar los objetivos que sí se pueden lograr con la promoción de ventas y los que no se pueden lograr; así como profundizar en el acrónimo SMART para establecer objetivos, y que de esta forma el alumno aprenda cómo se deben establecer los objetivos de la campaña de promoción de ventas y que puedan ser alcanzables.
- Asegurarse que los alumnos sepan distinguir entre las dos audiencias meta: consumidor

final e intermediario. Así como las categorías de consumidores en las promociones de venta.

- Para que los alumnos entiendan el proceso creativo en la promoción de ventas, se sugiere que el profesor de ejemplos de promociones que sean caso de éxito y que tengan elementos creativos visibles. Por otro lado, también se sugiere dar ejemplos que carezcan de estos mismos elementos.

#### **Notas de enseñanza para la modalidad en línea (tutor):**

- Profundizar por medio de un grupo de discusión acerca del **modelo de planeación de comunicaciones de marketing integradas** propuesto por Belch y Belch. De esta forma, el alumno tendrá un mejor panorama de cómo se involucran todas las áreas de mercadotecnia en el desarrollo de la CIM y podrá entender más adelante los pormenores de cómo se desarrolla una campaña de promoción de ventas.
- Es importante recalcar los objetivos que sí se pueden lograr con la promoción de ventas y los que no se pueden lograr; así como profundizar en el acrónimo SMART para establecer objetivos, y que de esta forma el alumno aprenda cómo se deben establecer los objetivos de la campaña de promoción de ventas y que puedan ser alcanzables.
- Asegurarse que los alumnos sepan distinguir entre las dos audiencias meta: consumidor final e intermediario. Así como las categorías de consumidores en las promociones de venta.
- Para que los alumnos entiendan el proceso creativo en la promoción de ventas, se sugiere que el tutor de ejemplos de promociones creativas, abriendo un foro de discusión, para que al mismo tiempo los alumnos aporten sus ideas.

#### **Temas 5 – 6**

##### **Notas de enseñanza para la modalidad presencial (profesor):**

- Cuando explique la parte del presupuesto del tema 5, es importante que pueda enriquecer con su experiencia cómo es que se aplica el presupuesto en las campañas de promoción de ventas. De esta forma los alumnos comprenderán que las metodologías de asignación de presupuesto varían de empresa a empresa.
- Al hablar de los cupones y regalos, la explicación del tema incluye dos ejemplos muy buenos, pero no está de más que el profesor contribuya con los que considere bajo su criterio. Al mismo tiempo puede abrir la discusión al grupo para que ellos mismos aporten ejemplos de las herramientas de promoción de ventas vistas en el tema 6.

##### **Notas de enseñanza para la modalidad en línea (tutor):**

- Cuando explique la parte del presupuesto del tema 5, es importante que pueda enriquecer con su experiencia cómo es que se aplica el presupuesto en las campañas de promoción de ventas. De esta forma los alumnos comprenderán que las metodologías de asignación de presupuesto varían de empresa a empresa.
- Al hablar de los cupones y regalos, la explicación del tema incluye dos ejemplos muy buenos, pero no está de más que el tutor contribuya con los que considere adecuados. Esto se puede hacer por medio de un foro de discusión, y al mismo tiempo, se da la oportunidad a los alumnos de aportar ejemplos.

#### **Tema 7**

##### **Notas de enseñanza para la modalidad presencial (profesor):**

- Conforme se vaya cubriendo cada tipo de herramienta, es recomendable que el profesor de ejemplos concretos que ayuden a complementar los propuestos en las explicaciones; para que el alumno visualice de una mejor forma el tipo de herramienta de promoción a la que se hace referencia.

**Notas de enseñanza para la modalidad en línea (tutor):**

- Conforme se vaya cubriendo cada tipo de herramienta, es recomendable que el profesor de ejemplos concretos que ayuden a complementar los propuestos en las explicaciones; para que el alumno visualice de una mejor forma el tipo de herramienta de promoción a la que se hace referencia.

**Temas 8 – 9**

**Temas 10 – 11**

**Temas 12 – 13**

**Temas 14 – 15**