



GLOSARIO DE TÉRMINOS

ESTÁNDAR DE COMPETENCIAS PROFESIONALES: IMPLANTAR LAS ACCIONES PROMOCIONALES EN ESPACIOS COMERCIALES

Código: ECP0503_3

NIVEL: 3



Banner: (Anglicismo). Pieza de publicidad digital que combina imágenes, texto y en ocasiones sonido y elementos interactivos, que se introduce en páginas web para dar visibilidad a una marca, empresa o campaña.

Competencia: Situación de empresas que rivalizan en un mercado ofreciendo o demandando un mismo producto o servicio.

Display: (Anglicismo). Expositor publicitario que se emplean en comercios con el fin de exponer, posicionar y hacer visible en el mercado un producto determinado.

Marketing: (Anglicismo. En español, mercadotecnia, mercadeo o mercadología). Conjunto de actividades y procesos destinados a crear y comunicar valor de marca, identificando y satisfaciendo las necesidades y deseos de los consumidores.

Merchandising: (Anglicismo). Área dentro de la mercadotecnia que tiene por objeto aumentar la rentabilidad en el punto de venta, a través de actividades que estimulan la compra en el punto de venta. Conjunto de estudios y técnicas comerciales que permiten ofrecer el producto o servicio en las mejores condiciones, tanto físicas como psicológicas, al consumidor final.

Outsourcing: (Anglicismo). Externalización o tercerización es un acuerdo por el que una empresa contrata a otra para que se encargue de una actividad prevista o existente que se realiza o podría realizarse internamente y, en ocasiones, implica la transferencia de empleados y activos de una empresa a otra.

Redes móviles: Sistema que se precisa para que se dé una comunicación entre una central y los aparatos que se conectan a ella (en este caso, teléfonos móviles) y también entre centrales.

SEM: (Search Engine Marketing. En español, marketing en buscadores). Conjunto de herramientas, técnicas y estrategias que nos ayudan a optimizar la visibilidad de sitios y páginas web a través de los motores de los buscadores pagando.