

ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

BIBLIOGRAFÍA DE APOYO

Los libros que utilizamos para ampliar los conocimientos son:

- *Merchandising. Teoría y Práctica*. E. Díez de Castro y Fco. Javier Landa. Editorial Pirámide.
- Garrido, J. (2001): "Cómo vender más en su tienda: merchandising para detallistas". Gestión 2000.com, Barcelona.
- Kergrohenn, Y. y Salén, H. "Promoción y merchandising". Distribución consulting, Barcelona, 1987.
- Masson, J.E. y Wellhoff, A. "El merchandising. Rentabilidad y gestión del punto de venta". Deusto, Bilbao.1984.
- Mouton, D. "Merchandising estratégico". Gestión 2.000, Barcelona. 1989.
- Palomares, R. (2001): "Merchandising: Cómo vender más en establecimientos comerciales". Gestión 2000.com, Barcelona.
- Rivera, J. y De Juan, M^a. D. (2000): "La promoción de ventas: Variable clave del marketing". Esic Editorial, Madrid.
- Salén, H. "Distribución y Merchandising". Distribución consulting, Madrid. 1987

Revistas: Escaparatismo Window Desing", "Emprendedores", "Capital", "Estrategias de Comunicación y Marketing", "Control de publicidad y Marketing" Nos sirven para analizar tanto artículos de marketing como anuncios y promociones de las empresas. Analizamos las formas, los colores, contenidos, etc.