



Técnico en Trade Marketing

Obtené los conocimientos y las herramientas necesarias para facilitar el entendimiento del entorno de los negocios internacionales.

8 módulos bimestrales:

- **MÓDULO 1** - Principios de Administración Estratégica
- **MÓDULO 2** - Introducción al mercadeo
- **MÓDULO 3** - Perfil comercial y ventas
- **MÓDULO 4** - Dirección de ventas
- **MÓDULO 5** - Comunicación en el punto de venta
- **MÓDULO 6** - Comunicación Relacional
- **MÓDULO 7** - E-comunicación en el punto de venta
- **MÓDULO 8** - Promoción en el punto de venta

Técnico en

Trade Marketing

El Trade Marketing es una rama de la mercadotecnia especializada en aumentar la demanda de un producto puede ser mediante distribuidores, mayoristas y minoristas. Se lleva a cabo con actividades de marketing para que los comercios promuevan los productos de la empresa frente a competidores, para que el consumidor final lo identifique y lo compre.

MÓDULO 1. PRINCIPIOS DE ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA

- Una ventaja competitiva: estrategias genéricas
- Estrategias para cambiar el juego: nuevas formas de operar y modificar el alcance de las operaciones
- Estrategias para un crecimiento, administrar un grupo de negocios

MÓDULO 2. INTRODUCCIÓN AL MERCADEO

- Fundamentos de mercadeo, ambiente y organización empresarial
- Mercado Meta
- Mezcla de mercadotecnia y marketing sustentable

MÓDULO 3. PERFIL COMERCIAL Y VENTAS

- Entendiendo el giro comercial: visión de conjunto
- Metodología de la formación de vendedores
- Las Ventas, logística y canales de ventas
- Logística Integral Comercial
- Las ventas y los canales comerciales
- Servicio al cliente y estrategias de comunicación con el cliente

MÓDULO 4. DIRECCIÓN DE VENTAS

- Dirección de ventas
- Las desviaciones por cambios en los precios y costes
- Análisis de los márgenes por canal y Precios netos por la línea de negocio
- Sistemas de acciones de venta: venta mostrador-venta en mercados-autoservicios y merchandising

MÓDULO 5. COMUNICACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA

- Liderazgo – Negociación- Innovación- Creatividad
- Comunicación sensorial
- Comunicación corporativa
- Comunicación Informativa
- Comunicación PLV (elementos esenciales de publicidad)
- Estrategias de PVP por canal

MÓDULO 6. COMUNICACIÓN RELACIONAL

- Marketing Relacional
- Comunicación interpersonal
- Técnicas de marketing relacional
- Políticas de fidelización
- Técnicas de manejo del recurso humano
- Elaboración de estrategias de Trade marketing

MÓDULO 7. E-COMUNICACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA

- Inbound marketing en el punto de venta
- Comunicación en e-commerce

MÓDULO 8. PROMOCIÓN EN EL PUNTO DE VENTA

- Promoción de Ventas / planificación promocional P8
- Promociones a la medida
- Promociones por canal
- Implementación de estrategias de trade marketing

Requisitos:

Noveno año

Documento de identidad vigente y legible.

Cualquier otra documentación solicitada por la Universidad para la admisibilidad.