



Experto en: **TRADEMARKETING Y GESTIÓN PROMOCIONAL**

El desarrollo vertiginoso de los mercados ha creado la necesidad en las empresas de tener personal especializado en el área del manejo de la marca y de la distribución óptima de los productos en los PDVs, ya que existe una mayor oferta y competencia en el entorno. Por eso las personas relacionadas al área comercial deben entrenarse y capacitarse en mecanismos apropiados que le permitan gestionar un proceso de presencia de la marca en los canales de distribución.

DIRIGIDO A

- Gerentes generales.
- Gerentes de marketing.
- Desarrolladores de promociones.
- Gerentes de marketing y profesionales que quieren mejorar sus habilidades de evaluación de mercado, con un enfoque real y práctico.
- Administradores de empresas que quieren complementar sus habilidades del proceso de toma de decisiones eficiente.
- Profesionales del área de marketing y ventas.
- Personal enfocado en el proceso de toma de decisiones.

OBJETIVO

Brinda al participante conceptos teórico-prácticos, pasos y herramientas necesarias para desarrollar un plan de trademaking, pudiendo dirigir, evaluar y desarrollar una implementación de una propuesta innovadora de mercado utilizando herramientas de análisis moderno, dentro de la empresa, con el objetivo de lograr mejores resultados y optimizar los procesos de tomas de decisiones en las empresas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al término del programa los participantes estarán en condiciones de:

- Definir conceptos y principios nuevos del marketing moderno y plantear nuevas estrategias.
- Manejar las estrategias y herramientas de promoción más adecuadas de acuerdo a cada mercado.
- Comprender los distintos elementos que se tienen en el marketing tradicional y el manejo logístico de los productos.
- Describir las diferencias con el marketing y gestión de la marca.
- Valorar la importancia de una correcta determinación de la estrategia de trade marketing.
- Definir las distintas alternativas de distribución que se pueden dar en el mercado.
- Definir los conceptos básicos de exhibición.

METODOLOGÍA

El programa bajo la modalidad presencial tiene un enfoque práctico y moderno, relacionado con la realidad boliviana y el manejo de las promociones y el trademaking. Se aplicará una metodología participativa, mediante presentaciones dialogadas, resolución de ejercicios, estudio de casos, role plays y simulaciones. Todos los módulos comprenden un importante componente práctico, en forma de ejercicios y trabajos grupales.

DIRECTOR ACADÉMICO

Juan José Jordan Ph.D.c.

Jefe de carrera de Ingeniería Financiera de la UPB Cochabamba.

Docente de pregrado y postgrado de la Universidad Privada Boliviana.

Miembro del directorio de empresas bolivianas.

PLANTEL DOCENTE

El plantel docente está conformado por profesionales de reconocido prestigio en su área, los mismos son seleccionados y evaluados, bajo estrictos procedimientos que toman en cuenta metodología didáctica, facilitación del aprendizaje, transmisión de valores y experiencia laboral en la aplicación de tema.

PLAN DE ESTUDIOS

- **Trademarketing y la Gestión Comercial**
 - Introducción al trademarketing.
 - Trademarketing vs marketing industrial.
 - Demanda derivada.
 - Bases de evaluación.
 - Category management.
- **Desarrollo de Promociones y Gestión de Ventas en Trade**
 - Promociones a consumidores.
 - Definición y desarrollo de análisis de las promociones.
 - Desarrollar de las ideas generales de gestión promocional.
 - Desarrollar la motivación de los consumidores.
- **Planificación Promocional y Proyecto De La AJ**
 - Plan promocional.
 - Componentes del plan.
 - Tipos de promociones.
 - Evaluación y punto de equilibrio de los tipos de promoción.
 - Regulaciones de la AJ.
- **Estrategias de Trademarketing**
 - Estrategias de trademarketing.
 - Definición de objetivos.
 - Desarrollo de cada uno de los pasos.
 - Integración del manejo de datos y la integración de la información.

CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA

Duración: Dos meses. 100 horas (80 horas académicas presenciales y 20 horas prácticas).

Titulación: Al cumplir con los requisitos académicos de aprobación de los módulos el(la) participante obtendrá el certificado de "Experto en Trademarketing y Gestión Promocional".

Solicite al contacto regional información actualizada, referida a precio, descuentos, formas de pago, planes de pago, requisitos, proceso de inscripción, resumen de la experiencia del plantel docente, horarios y cronograma de ejecución tentativo.



Patrocinada por:



Reservas: www.upb.edu/registro

SANTA CRUZ

Alexzay Taboada

☎ 778 79700

341 5151 Int. 706

ceusantacruz@upb.edu

Av. Los Cusis 2090

entre Alemana y Beni

ORURO

Silvia Chanez de Zuna

786 09596

528 3575

ceuoruro@upb.edu

San Felipe y Potosí N° 6600

LA PAZ

Luz Vivian Machicado

☎ 712 27001

217 0000 Int. 329

ceu@lp.upb.edu

Av. Hernando Siles

esq. Calle 5, Obrajés

SUCRE

Dynka Rojas Serrano

734 45282

644 5752

ceusucree@upb.edu

Calle Destacamento

317 N° 139

COCHABAMBA

Alvaro Peña

☎ 27 10001

445 0952

apena@upb.edu

Av. Uyuni

Esq. América (este)

TARIJA

718 62020

665 8141

ceutarija@upb.edu

Ramón Rojas# 199

Edif. PROVENTUS