



DIPLOMADO EN GESTIÓN ESTRATÉGICA DE TRADE



ÍNDICE

<u>DESCRIPCIÓN</u>	<u>3</u>
<u>OBJETIVOS</u>	<u>3</u>
<u>A QUIEN VA DIRIGIDO</u>	<u>3</u>
<u>METODOLOGÍA</u>	<u>4</u>
<u>PLAN DE ESTUDIOS</u>	<u>5</u>
<u>PROFESORADO</u>	<u>13</u>
<u>CERTIFICADO</u>	<u>17</u>
<u>INVERSIÓN</u>	<u>18</u>
<u>FORMULARIO INSCRIPCIÓN</u>	<u>20</u>
<u>CONTACTO</u>	<u>21</u>

DESCRIPCIÓN:

Es un programa de **80 horas** presenciales, teórico-práctico, dirigido al personal de las áreas de Mercadeo, Promoción, Trade Marketing y Merchandising con el objetivo de incrementar la productividad y eficiencia del personal de las áreas, a través de un enfoque actualizado de los puntos de venta y su importancia en la batalla por los consumidores.

OBJETIVOS:

Desarrollar en los estudiantes las habilidades y competencias necesarias para una gestión adecuada a estos tiempos.

Aplicar estrategias orientadas a resultados tangibles y a mejorar los procesos y el funcionamiento de las actividades de la empresa.

Incrementar la productividad y eficiencia del personal de las áreas.

A QUIEN VA DIRIGIDO:

Profesionales y técnicos de las áreas de mercadeo, publicidad, administración, promoción, merchandising.

Ejecutivos y empresarios de Pymes, gerentes de marca, mercadeo y promoción.

Ejecutivos de agencias de publicidad y empresas gráficas.

Ingenieros comerciales, productores de eventos.

METODOLOGÍA :

El Diplomado consta de **80 horas presenciales**, distribuyéndose entre:

Clases Presenciales

Documentación sobre cada módulo docente: apuntes en PDF con toda la materia recibida, infografías, lecturas recomendadas, ebooks.

Evaluaciones de cada módulo consistentes en prácticas realizadas en grupo o de forma individual donde aplicará los contenidos de cada módulo.

Prácticas de Campo donde cada alumno sale a la calle a aplicar lo desarrollado en las aulas y a vivir la realidad que representa el comercio en la Rep. Dom.

Presentación de un proyecto final.

PLAN DE ESTUDIOS:

Módulo 1: La Marca como activo de la empresa.

Branding como visión empresarial
Segmentación de consumidores
La marca en el punto de venta
Canales de distribución formal e informal
Cuál es el formato que tiene futuro de los canales de distribución en la Rep. Dom.
Cual formato se lleva mejor con mi producto
Nuevas vías de distribución.

Módulo 2: Shopology, creación de valor.

Intención de compra
Proceso de decisión (comportamiento en el punto de venta)
Comportamiento Post compra
Ambiente del punto de venta
Merchandising físico y visual
Merchandising de servicios

Módulo 3: Comunicación y exhibición en el punto de venta.

Neuro-Marketing
Herramientas de diferenciación
Creatividad en el punto de venta
La fuerza del Merchandising
Estrategias de surtido como fuente de diferenciación
Estrategias de exhibición y localización de productos
Fidelización de clientes

Módulo 4: Gestión del Trade desde el punto de vista de la empresa.

Estrategias y tácticas para cada canal
Gestión de cuentas claves
Administración de los puntos de venta
Zonificación
Administración de cuotas y objetivos
Indicadores de control y medición de resultados.

Módulo 5: Marketing Promocional

El marketing promocional y perspectivas.

El nuevo consumidor proactivo y propositivo
Hipercompetencia y diferenciación en marketing
Investigación de Mercados en Mercadotecnia
Promocional Lógica y objetivos del Marketing Promocional
Objetivos de ventas medibles y alcanzables
Responsabilidad y Planeación de marketing
Diseño y desarrollo de promociones.
Programas promocionales (Loyalty, Sampling, Descuentos, Ofertas, Concursos etc.)

Módulo 6: Mix de Promoción Propósito
de las promociones Promociones
Ontrade y Off trade. Estrategias de
promoción Promocionar el valor de
las marcas Actividades en punto
de venta
Las PR como elemento promocional
Publicidad y Promoción

Módulo 7: Definición, ejecución y control de presupuestos.
Diseño y realización del presupuesto promocional
Ejecución de la promoción y variables a considerar
Control del Gasto e imprevistos
Resultados financieros de la promoción
Reporte final de ejecución

PROFESORADO :

Freddy Calero

CEO Allpro, Almacenes y Promociones - Bike Express

Lic. En Administración de empresas y Maestría en Mercadeo

Experiencia Laboral en áreas de Administración, Ventas y Promoción. Banco Popular y Banco Mercantil, Editora El Siglo, Cervecería Nacional Dominicana, Cemex Dominicana, Codosat, Codetel

Shadie Tineo

CEO Promueve

Mas de 12 años de experiencia en gestiones de Merchandising, Promociones, Trademarketing y gestión de marcas para Codetel, Verizon, Claro, Viva, entre otras. Muy orientada a resultados individuales y de equipo, creación y fomento de ambientes positivos, gestión de equipos en trabajos y situaciones de alta presión.

Asirio Santana

CEO Contacto

Ejecutivo del marketing y ventas con probada experiencia en reconocidas empresas locales e internacionales tales como Nestlé, Mead Johnson y Brugal & Co. Especialista en marketing relacional y CRM para desarrollar estrategias de marketing, Trade y promoción orientadas a crecimiento de participación de mercado, ventas, branding y Logísticas de Distribución.

Francisco Soto

Lic. En Administración de Empresas con Maestría en Alta Gerencia. Ha ejercido como consultor-auditor para firmas como: Mateo Contreras & Asociados, Luperón Ramírez & Asociados, Asertiva, EG Consulting, Rizek, C. por A., Roig, C. por A., Ege Haina, Consorcio Energético Punta Cana Macao (CEPM), Consorcio Energético San Pedro de Macorís (CESPM), Consorcio Energético Bayahibe (CEB), Inforedes, Impresos Siglo XXI, INCA, C. por A., etc.

Hector M. Arismendy

Consultor - Director de Ventas, Xtreme DSings

Coordinador del Diplomado de Gestion Estrategica de Trade Marketing y Promociones.

Lic. Mercadotecnia, especializado en Estrategias de marketing, implementacion y desarrollo de programas de materiales y programas

de promocionales
Trade.

y



CERTIFICADO :

El certificado de “**Diplomado Gestión Estrategica de Trade Marketing y Promociones**” será expedido por la **Universidad del Domínico Americano**. El alumno recibirá un diploma certificando la formación recibida tras superar satisfactoriamente todas las evaluaciones, prácticas y las horas presenciales del Diplomado.

INVERSION:

El costo del Diplomado es de **RD\$20,000 pesos dominicanos**.

Forma de pago:

Las formas de pago admitidas son: **Efectivo, Tarjeta de Credito, Cheque de Administración y Transferencia a cuenta bancaria**.

Puede pagar vía depósito o transferencia:

Entidad: Banco Popular Dominicano

Número de cuenta: 054-28063-7

Enviar vía correo electronico del voucher: cobros2@icda.edu.do

Alba Cuevas, Enc. de Cobros 809-535-0665 ext. 2321

Público en general:

1. Llenar formulario **SI-01**

40% de avance : RD\$8,000 pesos dominicanos

(2) cuotas de : RD\$6,000 pesos dominicanos.

Al cumplirse el mes iniciado del diplomado se cumple la 1er.cuota. Si se paga con retraso tiene **un cargo de 10%**.

Empresarial:

1. Llenar formulario **SI-01**
2. Carta compromiso de la empresa: Timbrada, sellada y firmada.

Ofertas de descuento:

Público en general:

Pago al contado **total del Diplomado** aplica un **10% de descuento. En efectivo o depósito en cuenta.**

Pago total con **tarjeta de crédito** aplica un **7.5% de descuento.**

Empresarial:

Los descuentos por empresas son los siguientes:

De **3 a 5** participantes **5%** de descuento

De **6 a 9** participantes **10%** de descuento

De **10** en adelante **15%** de descuento

PRECIOS SUJETOS A CAMBIOS



Universidad Domingo-Americana UNICDA

Unidad de Postgrado y Educación Continuada
Centro de Gerencia

FORMULARIO DE INSCRIPCION Y SOLICITUD DE CREDITO SI-01

A CREDITO SI () NO ()

PAGADO POR EMPRESA SI () NO ()
% QUE PAGA LA EMPRESA _____ % RD\$ _____

FACTURAR A LA EMPRESA		RNC		FECHA DE INSCRIPCION / /	
NOMBRES		APELLIDOS		NIVEL ACADEMICO ALCANZADO	
CEDULA O PASAPORTE - -	SEXO FEM. () MASC. ()	FECHA NACIMIENTO / /		LUGAR DE NACIMIENTO	
ESTADO CIVIL SOLTERO () CASADO ()	TELEFONO RESIDENCIAL () -	CELULAR / BEEPER () -	E-MAIL		
DIRECCION ACTUAL		LOCALIDAD		TRABAJA SI () NO ()	
NOMBRE DE LA EMPRESA DONDE TRABAJA		PERSONA DE CONTACTO/ PAGO		DIRECCION DE EMPRESA	
CARGO ACTUAL	DEPARTAMENTO	TELEFONO (S) EMPRESA () -	EXTENSION ()	FAX () -	
HA PARTICIPADO ANTERIORMENTE EN OTROS CURSOS DE UNICDA SI () NO ()		NOMBRE CONYUGE O PARIENTE		TELEFONO CONYUGE O PARIENTE () -	
FACTURA O CARTA AUTORIZADA DE EMPLEADOR SI () NO ()		PORQUE MEDIO SE ENTERO DE ESTE CURSO			
PROGRAMA					
TITULO DEL DIPLOMADO O CURSO				GRUPO	
DURACION	HORARIO-DIAS	FECHA INICIO / / 20		FECHA TERMINO / / 20	
PARA USO EXCLUSIVO DE UNICDA					
COSTO TOTAL DEL DIPLOMADO O CURSO RD\$		COSTO A PAGAR POR INSCRIPCION RD\$		BALANCE PENDIENTE A PAGAR RD\$	
MODALIDAD DE PAGOS	1ERA CUOTA RD\$	2DA CUOTA RD\$			
FECHA DE PAGOS	1RA / / 20	2DA / / 20			
POLITICA DE REEMBOLSO Y COMPROMISO DE PAGO					
Se devolverá el dinero que pague el participante solamente en el caso de que el curso o diplomado sea cancelado.		COMPROMISO DE PAGO: Me comprometo a pagar en las fechas indicadas y los montos estipulados en este formulario. En caso de faltar, autorizo a cancelar mi derecho de seguir participando en clases.			
FIRMA DEL PERSONAL DE UNICDA Y/O CENTRO DE GERENCIA	FIRMA DEL PARTICIPANTE		FIRMA AUTORIZADA POR REGISTRO		

CONTACTO:

Información adicional e inscripción

Universidad Dominico Americano

Web: www.icda.edu.do

Twitter: [@ElDominico](https://twitter.com/ElDominico)

Facebook:

<https://www.facebook.com/ElDominicoAmericano>

Tel: 809-535-0665 ext. 3481/3482/3486 y 3487

Fax: 809 533-8809

Flota: 829-417-1464 y 829-417-1465,
829-748-5144, 829-748-5145

Email: econtinuada@icda.edu.do

Ave. Abraham Lincoln #21. Santo Domingo,
República Dominicana

