

20 de octubre

Analista de Trademarketing y Gestión de Merchandising

Modalidad virtual

19:30 a 21:30 hrs
5 encuentros

Docente: Lic. Mónica Silvia Karnincic Mendoza
INSCRIPCIONES PARA TODA BOLIVIA

Avalado por:


BELCAS


Colegio de Ingenieros Industriales
SANTA CRUZ



Analista de Trademarketing y Gestion de Merchandising

Objetivo

Identificar las claves de la función del Trade Marketing y cómo mejorar la eficiencia en la gestión del punto de venta y brindar conocimientos esenciales para entender el comportamiento de compra del consumidor dentro del punto de venta.

Específicos

- Conocer las técnicas para orientar su Organización al Cliente, ganar Rentabilidad y mejorar las Ventas.
- Identificar las fuentes de información y herramientas hay que aplicar para crear estrategias ganadoras en el punto de venta.
- Delimitar de manera clara los objetivos y ámbitos de actuación del Trade Marketing dentro de las áreas de comercial y marketing de la empresa.
- Conocer las claves para elaborar con éxito un Plan de Trade Marketing.

Contenido

Alcance Teórico

- 1.1. La necesidad del Trade Marketing
 - 1.1.1. Por qué es necesario el Trade Marketing.
 - 1.1.2. Objetivos del Trade Marketing.
 - 1.1.3. Estrategias del Trade Marketing.
 - 1.1.4. Relaciones entre fabricantes y distribuidores: del conflicto a la colaboración.
- 1.2. **Tendencias del Consumidor:**
 - 1.2.1. La confianza del consumidor.
 - 1.2.2. Targets emergentes.
- 1.3. **Shopper Marketing**
 - 1.3.1. Proceso de decisión de compra.
 - 1.3.2. Optimización de la experiencia de compra.
- 1.4. Omnicanalidad
 - 1.4.1. Ventajas y desventajas
 - 1.4.2. Panorama global de la distribución.
- 1.5. Canales de distribución
 - 1.5.1. Estrategias para los canales de distribución

1.5.2. La marca del distribuidor

1.6. La importancia del merchandising: definiciones.

1.6.1. Principales funciones del merchandising

1.6.2. Tipos de merchandising

1.6.3. El Packaging

1.6.4. Principios básicos en la fijación estratégica de precios

1.7. La comunicación en el punto de venta

1.7.1. La importancia de la comunicación en el punto de venta

1.7.2. Elementos de comunicación en el Punto de Venta

1.7.3. Soportes publicitarios en el Punto de Venta

1.8. Estrategias de fijación de precios

1.8.1. Principios básicos en la fijación estratégica de precios

1.8.2. Factores a considerar en la fijación de precios

2. Alcance Práctico

2.1. Ejercicios de Seguimiento

Corresponden a ejercicios donde se plantean y solucionan determinados casos referentes al Trade Marketing.

2.2. Prueba de Autoevaluación

Dirigido a:

- Personal administrativo con responsabilidad en el área de ventas.
- Profesionales del área comercial, ventas y marketing,
- Empresarios, emprendedores, y todas aquellas personas que se desempeñan en el ámbito de la distribución y el marketing, y quieren incrementar la rentabilidad de su negocio o lograr una mejor presencia de sus productos.

Duración

OCTUBRE

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Horario



Lunes a viernes
19:30 a 21:30 h.
10 hrs reloj.

Modalidad

- **Virtual** para toda Bolivia y LATAM



Alcance:

Este curso aborda de manera integral el Trade Marketing y Shopper Marketing en la era omnicanal, ofreciendo al participante una visión clara sobre la importancia de las relaciones entre fabricantes y distribuidores, las tendencias del consumidor y los targets emergentes, así como el proceso de decisión de compra y la optimización de la experiencia en el punto de venta. Se profundiza en la gestión de canales de distribución, el papel del merchandising, la comunicación en el punto de venta y las estrategias de fijación de precios, integrando conocimientos teóricos y prácticos para comprender cómo influir en el comportamiento del shopper y fortalecer la competitividad en un entorno de distribución cada vez más global y digital.

Inversión:

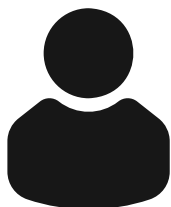
PRECIO NORMAL:	760 Bs.
----------------	---------

PREVENTA (HASTA EL 13 DE OCTUBRE):	710 Bs.
---	----------------

PRECIO CORPORATIVO (3 O MÁS PERSONAS):	660 Bs.
---	---------

DESCUENTO DEL 20% PARA AFILIADOS
DE LA S.I.B. SANTA CRUZ





Docente:

M.Sc. Mónica Silvia Karnincic Mendoza

Licenciada en Ingeniería Industrial – Maestría Internacional en Administración de Empresas MBA, Maestría en Gerencia de Empresas Constructoras e Inmobiliarias, Diplomado en Marketing Estratégico y Educación Superior.

Expositora invitada de la Universidad Amazónica de Pando, Facultad de Ciencias y Tecnología.

Docente de Marketing Digital en Belcas S.R.L.

Consultora particular de empresas reconocidas del medio.

Capacitadora y Coach en Elite Real Estate – Marketing Digital Inmobiliario.

Docente de Postgrado de la UCB.

Docente de Postgrado de la UTEPSA.

Docente de Postgrado de la UPB.

¿Qué Incluye tu Inscripción?:



Clases virtuales en vivo por **GOOGLE MEET** junto al docente y tus compañeros, una oportunidad de networking.



Material digital de apoyo disponible de manera indefinida en la nube, desde donde podrás ver y/o descargar tus clases grabadas y documentos.

Factura.



Certificado con valor curricular con **13 horas académicas**, avalado por Wibel, marca oficial registrada de GRUPO BELCAS con matrícula de comercio e identificación tributaria: 375983023 y el Colegio de Ingenieros Industriales de Santa Cruz.

¿Cómo Inscribirte?

1

Ingresa a :

wibel.net



Inscripciones habilitadas 24/7



Visítanos a la Calle Jaurú
#2410 , Entre 2 y 3 Anillo,
Entre Av Paraguará y Av.
Guapay, Santa Cruz de la
Sierra, Bolivia.

HORARIO DE ATENCIÓN: De
08:30 a 12:30 y de 14:30 a
18:30 de lunes a viernes y los
sábados de 08:30 a 12:30.

2



Comparte tu comprobante
digital de pago donde indique el
monto, fecha y hora del pago
efectuado; a uno de los
siguientes contactos de
WhatsApp:



+591 78492505
+591 78164943
+591 78528175

Métodos de Pago:



Tigo Money: 76070714
Titular: BELCAS S.R.L.



NºCuenta: 2000182683
Cuenta Corriente
Nit: 375983023



Titular: BELCAS S.R.L.
Cuenta de Ahorro:
10000055213800
NIT: 375983023



Titular: de BELCAS S.R.L.
Nº Cuenta: 2000182683 / Cuenta Corriente
NIT: 375983023