

**PROGRAMA ESPECIALIZADO – 60 h.**

**FORMATO: Presencial/On-line**

**ÁREA: Marketing y Ventas**

## OBJETIVOS

- » Aportar a los asistentes los conocimientos, herramientas y habilidades profesionales reales que les ayuden en su desarrollo profesional y les permitan un mayor conocimiento de los distribuidores y del cliente final (consumidor / comprador) en pos de lograr mayores ingresos, un mejor posicionamiento, un mayor valor de su marca y una mejor relación entre los agentes comerciales.

## PROGRAMA - FASES

- » La aparición y desarrollo del Trade Marketing.
- » Funciones y responsabilidades del Trade Marketing Manager. La relación del Trade con el resto de la organización.
  - » Políticas comerciales y organización del departamento.
  - » Política de Precios y Surtido.
  - » Marketing en el Punto de Venta.
- » Implantación del Trade Marketing en las organizaciones.
- » Habilidades Profesionales del Trade Marketing Manager.

## METODOLOGÍA

### **PRESENCIAL:**

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

### **ON LINE:**

- » Aula Virtual ESIC.
- » Documentación adaptada HTML.
- » Prework + postwork.
- » Recursos audiovisuales (soporte lighthboard).
- » Foros de debate / Social Media.
- » Webinars / tutorías.

## A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Dirigido a profesionales y directivos de los departamentos de Marketing, Ventas y Compras de empresas fabricantes y distribuidoras, y a profesionales que necesiten conocer con más precisión las nuevas herramientas de gestión comercial que se están utilizando en la actualidad

*\*Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*