



DIPLOMADO EN

**ACTUALIZACION EN MARKETING & TRADE  
MARKETING EN LAS EMPRESAS DE CONSUMO**

## DESCRIPCIÓN DEL CURSO

EL DIPLOMADO EN ACTUALIZACIÓN EN MARKETING & TRADE MARKETING EN LAS EMPRESAS DE CONSUMO es un programa de formación que tiene como objetivo enseñar técnicas y estrategias para mejorar la comercialización de productos en empresas que se enfocan en la venta de productos al consumidor final. Este diplomado se enfoca en el marketing, que es el estudio y la aplicación de técnicas para promocionar y vender productos, y en el trade marketing, que se refiere a la planificación y ejecución de acciones de marketing en los puntos de venta. Los participantes aprenderán sobre herramientas y estrategias de marketing y trade marketing que les ayudarán a mejorar la visibilidad de sus productos, atraer a más clientes y aumentar las ventas en las empresas de consumo.

El tercer curso trata sobre los usos y aplicaciones prácticas de la gamificación en distintos contextos: marketing, educación y recursos humanos.

El último curso propone un esquema de planificación de un proyecto de gamificación donde el participante desarrollará el modelo canvas para gamificación, las técnicas y los objetivos con base en la identificación y descripción de jugadores y los ciclos de la actividad.



## METODOLOGÍA

El diplomado se ofrecerá 100% virtual con apoyo de recursos digitales. El estudiante tendrá acceso a nuestra plataforma LMS Brightspace para acceder a los recursos digitales, ingresar a las sesiones en vivo y realizar las actividades.

El diplomado tiene una duración de 120 horas y se desarrollará durante 8 semanas, con una dedicación total de 90 horas trabajo independiente del estudiante y 30 horas de acompañamiento por parte del docente.

Se realizarán Clases en vivo semanales, con una duración de dos horas, además de sesiones de tutoría, a través de nuestra plataforma de videoconferencias Microsoft Teams.

Este diplomado se centra en el estudiante contemporáneo y su entorno laboral, apoyándose en el uso de técnicas didácticas que estimulan el pensamiento y lo orientan hacia la reflexión y el análisis. Estas estrategias se integran en ambientes virtuales de aprendizaje recreando el contexto académico y vinculando al estudiante en la realidad cotidiana y hacia el desarrollo de los saberes.



## OBJETIVOS DEL CURSO

### GENERAL

Apropiar las variables estratégicas de marketing & trade marketing que permitan planear y ejecutar acciones claves entre el fabricante, distribuidor y consumidor.

### ESPECÍFICOS

- Definir la estrategia de los canales de distribución a partir del comportamiento del mercado, características de los productos, plan estratégico de la empresa y perfil del Shopper (comprador).
- Integrar las estrategias de merchandising (exhibición) en los puntos de venta con los objetivos estratégicos de la organización.
- Establecer con claridad los aspectos claves de negociación que permitan las alianzas entre fabricantes y distribuidores mejorando la respuesta eficiente al consumidor (ecr) y la administración de categorías a través de planes articulados entre el fabricante y el distribuidor.



## DIRIGIDO A

- Líderes de pequeñas y medianas empresas
- Gerentes, KAM's, ejecutivos del área comercial y de marketing
- Coordinadores y analistas de trade marketing
- Emprendedores que requieran ampliar sus habilidades en estrategia comercial & de marketing
- Técnicos, Tecnólogos o Profesionales que requieran actualizarse o complementar su formación en estas áreas de conocimiento



## REQUISITOS DE INGRESO

Para ingresar al diplomado no se requiere de un título profesional. Preferiblemente personas que tengan experiencia en las de: Marketing, Ventas, Mercadeo, compras.



## REQUERIMIENTOS TÉCNICOS

Para acceder a este curso, solo necesita computador con audio y video, conexión a internet y conceptos básico de informática.



## REQUISITOS PARA OBTENER LA CERTIFICACIÓN

Para obtener la certificación de la Universitaria Virtual Internacional, el estudiante deberá realizar y aprobar las actividades con una calificación final mínima de 3.0 de acuerdo con la ruta de aprendizaje prevista.

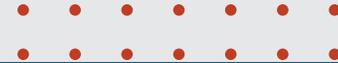
Una vez aprobado el curso, se emitirá la certificación en formato digital a través de la plataforma LMS.

## VALOR AGREGADO DEL DIPLOMADO

Al articular en una misma formación áreas de conocimiento de marketing y trade marketing el estudiante tendrá un mejor entendimiento y podrá definir con mayor seguridad estrategias y tácticas de alto impacto en el mercado, el consumidor y sus competidores.



# PLAN DE ESTUDIOS



## Unidad **01**

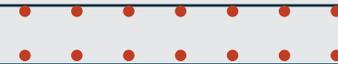
### **DEL MARKETING ESTRATÉGICO A LA ESTRATEGIA** (SEMANA 1 & 2)

Tema 1: La planeación estratégica del marketing como punto de partida

Tema 2: Seis pasos para estructurar un buen plan de marketing

Tema 3: Los KPI's del Marketing más relevantes

Tema 4: El pronóstico de ventas (Forecast) dentro de la planeación estratégica



## Unidad **02**

### **TRADE MARKETING: Los desafíos en el punto de venta actual.** (SEMANA 3 & 4)

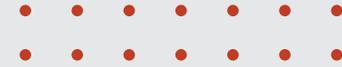
Tema 1: La planeación estratégica del marketing como punto de partida

Tema 2: Seis pasos para estructurar un buen plan de marketing

Tema 3: Los KPI's del Marketing más relevantes

Tema 4: El pronóstico de ventas (Forecast) dentro de la planeación estratégica

# PLAN DE ESTUDIOS



## Unidad **03**

### **MERCHANDISING: Técnicas y estrategias para dinamizar la exhibición comercial en el punto de venta.**

*(SEMANA 5 & 6)*

Tema 1: Propósitos y finalidad del merchandising

Tema 2: Merchandising de gestión y su impacto en el PDV (punto de venta) para aumentar el tráfico.

Tema 3: Estrategias de exhibición en el lineal, entrepaños y góndolas que ayudan a incrementar las ventas

Tema 4: Ambientación del punto de venta, exhibición comercial y sus recursos a la hora de vender más.

Tema 5: Planogramas, Material P.O.P (Point of Purchase ) y su impacto en el lineal

## Unidad **04**

### **VARIABLES ESTRATEGICAS DE MERCADEO**

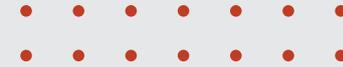
*(SEMANA 7)*

Tema 1: Estrategia de producto – marca en la construcción del posicionamiento esperado

Tema 2: Estrategias para el ajuste, incremento, fijación y disminución del precio post pandemia

Tema 3: Estrategia de los canales de distribución y logística comercial en el mercado detallista

# PLAN DE ESTUDIOS



Unidad  
**05**

## MARKETING EN CANALES DIGITALES (SEMANA 8)

Tema 1: Criterios y análisis en la selección de plataformas digitales que fortalecen la estrategia de marketing 360°

Tema 2: Componentes y análisis del ecosistema digital -Omnicanalidad

Tema 3: Social Ads: Pautas en Facebook, Instagram, YouTube & Google Ads

Tema 4: Plan de medios on line y presupuesto publicitario



[www.uvirtual.edu.co](http://www.uvirtual.edu.co)