



## curso de especialización **Trade Marketing**

Área: Marketing y Gestión Comercial

**Inicio**  
**09.06.25**



**Clases a  
distancia**

**Virtual en vivo**



**Horario**

**Lunes**  
18:30 a 22:30



**Inversión**

**S/ 1,800\***

\*Pregunta por nuestros descuentos y consulte por los términos y condiciones con nuestros asesores de venta.

Mejora la rentabilidad de tu negocio utilizando las herramientas teóricas y tecnológicas para cumplir los objetivos comerciales y de Marketing.





DOCENTE



> **CARLOS MUENTE\***  
Docente

Executive Master in Business Administration por INCAE Business School, Costa Rica. Especialista en PADE de Marketing por ESAN. Ha sido Gerente Comercial y de Marketing en Alpina Perú y Jefe del Departamento de Marketing en Industrias Vencedor. Actualmente es profesor en la escuela de Postgrado de la UPC y en la facultad de Administración y Marketing de pregrado UPC.



El Trade Marketing es una área que ayuda a mejorar y hacer más efectivos los esfuerzos comerciales (venta, activaciones, manejo de activos, etc), a partir de aplicarlos dentro de los diferentes actores del canal de distribución (físico o digital) como los: distribuidores, puntos de venta, mayoristas; y cualquier otro intermediario que haga posible la comercialización del producto o servicio.



## Temario\*\*

### Módulo 1: Canales de Distribución - Intermediarios

- ↘ Concepto del Canal de Distribución
- ↘ Objetivos y Ventaja Competitiva
- ↘ Clasificación de Canales de Distribución (Criterios)
- ↘ Tipos de Canal
- ↘ Tipos de Intermediarios
- ↘ Funciones de los Intermediarios

### Módulo 2: Ruta al mercado (GTM y RTM) – Omnicanalidad – Long Tail

- ↘ Objetivos y Estrategia
- ↘ Implementación
- ↘ Gestión de clientes
- ↘ Retos
- ↘ Experiencias (Ejemplos)

### Módulo 3: Estrategia de Distribución - Shopper Marketing

- ↘ Objetivos
- ↘ Consumidor frente al Shopper
- ↘ Pasos para la comprensión del proceso
- ↘ Proceso Generación de Demanda
- ↘ Showrooming y Webrooming



## Temario\*\*

### Módulo 4: Trade Marketing – Plan de Trade Marketing – Punto de Venta

- Importancia y Ventajas
- Funciones
- Roles
- Misión y Objetivos del Plan
- KPI's (evaluación)
- Material POP
- Planograma / Lay out
- Merchandising Promotoría

### Módulo 5: Pop Up Store – Category Management – Customer Journey

- Razones de Apertura
- Ciclo de Vida
- Riesgos
- Introducción
- Categorías, Cluster, Roles y Universos
- Estrategias por Categoría

### Módulo 6: Marcas Blancas - Trade Marketing para Servicios - Promociones

- Importancia
- Estrategias del PdV
- Estrategias del Fabricante
- Concepto
- Diferencias
- Pasos Claves



CONTÁCTANOS



## Contáctanos

[postgrado.upc.edu.pe](mailto:postgrado.upc.edu.pe)  
Teléfono: 419 2800  
(anexo 3502)

*Av. Cádiz 446 - 450  
San Isidro*

Esríbenos:  
[juana.avalos@upc.pe](mailto:juana.avalos@upc.pe)  
913 027 654

