



**DIPLOMADO EN  
TRADE MARKETING Y ESTRATEGIA PROMOCIONAL**

# ÍNDICE

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| DESCRIPCIÓN .....                | 2  |
| OBJETIVOS .....                  | 2  |
| A QUIÉN VA DIRIGIDO .....        | 2  |
| METODOLOGÍA .....                | 3  |
| PLAN DE ESTUDIOS .....           | 4  |
| FACILITADORES .....              | 6  |
| CERTIFICADO .....                | 8  |
| INVERSIÓN Y FORMAS DE PAGO ..... | 9  |
| FORMULARIO INSCRIPCIÓN .....     | 10 |
| CONTACTO .....                   | 11 |



## 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 publicitarias y empresas gráficas. Ingenieros comerciales, productores de eventos.



# METODOLOGÍA:

El diplomado consta de 80 horas, distribuyéndose entre:

## Clases

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 República Dominicana.

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.
- Cuál 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
- Proposito 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

## **FACILITADORES:**

### **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, Trade marketing y gestión de marcas para Codetel, Verizon, Claro, Viva, entre otras. Muy orientada a resultados individuales y de equipo, creación y foment 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.porA., Roig, C. por A., EgeHaina, 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.

## **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.porA., Roig, C. por A., EgeHaina, 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.





## CERTIFICADO:

El certificado del diplomado "Trade Marketing y Estrategia Promocional" será expedido por la Universidad Domínico Americano. El alumno recibirá un diploma certificando la formación recibida tras superar satisfactoriamente todas las evaluaciones, prácticas y las horas del diplomado que no deben ser menor al 80% de participación.

# Inversión y forma de pago:

**El costo es de RD\$ 21,500.00**

## FORMA DE PAGO:

**El pago se realiza de la siguiente manera:**

40% con las inscripción  
y 2 cuotas del 30% cada una.

Las formas de pago admitidas son: Efectivo, Tarjeta de Crédito, Cheque de administración y transferencia a cuenta bancaria.

Puede pagar vía depósito o transferencia:

Entidad: Banco Popular Dominicano  
Número de cuenta: 828134031

Enviar vía correo electrónico el voucher a: [ventas@icda.edu.do](mailto:ventas@icda.edu.do)  
con copia a [cobros2@icda.edu.do](mailto:cobros2@icda.edu.do).

Teléfono: 809-535-0665 ext. 2321 y 2322

## PROCESO DE INSCRIPCIÓN:

### PÚBLICO EN GENERAL:

1. Llenar formulario SI-01

### EMPRESARIAL:

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

## DESCUENTO:

Se dispone de descuentos aplicables en las siguientes condiciones:

### Público Empresarial:

- a) 5% de descuento de 3 a 5 participantes.
- b) 10% de descuento de 6 a 10 participantes.
- c) 15% de descuento de 11 participantes en adelante.

**“PRECIOS SUJETOS A CAMBIOS”**

# FORMULARIO INSCRIPCIÓN



## FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN Y SOLICITUD DE CRÉDITO SI-01

A CREDITO SI ( ) NO ( )

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

|  |  |   |  |                                      |  |
|--|--|---|--|--------------------------------------|--|
| FACTURAR A LA EMPRESA                  |  | RNC   |  | FECHA DE INSCRIPCIÓN<br>/ /          |  |
| NOMBRES                                |  | APELLIDOS   |  | NIVEL ACADÉMICO ALCANZADO            |  |
| CEDULA O PASAPORTE<br>- -              |  | SEXO<br>FEM. ( ) MASC. ( )  |  | FECHA NACIMIENTO<br>/ /              |  |
| ESTADO CIVIL<br>SOLTERO ( ) CASADO ( ) |  | TELÉFONO RESIDENCIAL<br>( ) -   |  | CELULAR / BEEPER<br>( ) -            |  |
| DIRECCIÓN ACTUAL                       |  | LOCALIDAD   |  | TRABAJA<br>SI ( ) NO ( )             |  |
| NOMBRE DE LA EMPRESA DONDE TRABAJA     |  | PERSONA DE CONTACTO/ PAGO   |  | DIRECCIÓN DE EMPRESA                 |  |
| CARGO ACTUAL                           |  | DEPARTAMENTO  |  | TELÉFONO (S) EMPRESA<br>( ) -        |  |
| EXTENSION ( )<br>FAX ( ) -             |  | HA PARTICIPADO ANTERIORMENTE EN OTROS<br>CURSOS DE UNICDA SI ( ) NO ( ) |  | NOMBRE CONYUGE O PARIENTE            |  |
| TELÉFONO CONYUGE O PARIENTE<br>( ) -   |  | FACTURA O CARTA AUTORIZADA DE EMPLEADOR<br>SI ( ) NO ( )                |  | PORQUE MEDIO SE ENTERO DE ESTE CURSO |  |
| <b>PROGRAMA</b>                        |  |   |  |                                      |  |
| TÍTULO DEL DIPLOMADO O CURSO           |  |   |  | GRUPO                                |  |
| DURACIÓN                               |  | HORARIO-DÍAS  |  | FECHA INICIO<br>/ / 20               |  |
|  |  |   |  | FECHA TÉRMINO<br>/ / 20              |  |

### PARA USO EXCLUSIVO DE UNICDA

|   |  |                                       |  |                                   |  |
|---|--|---------------------------------------|--|-----------------------------------|--|
| COSTO TOTAL DEL DIPLOMADO O CURSO<br>RD\$ |  | COSTO A PAGAR POR INSCRIPCIÓN<br>RD\$ |  | BALANCE PENDIENTE A PAGAR<br>RD\$ |  |
| MODALIDAD DE PAGOS                        |  | 1ERA CUOTA<br>RD\$                    |  | 2DA CUOTA<br>RD\$                 |  |
| FECHA DE PAGOS                            |  | 1RA<br>/ / 20                         |  | 2DA<br>/ / 20                     |  |

### POLÍTICA 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<br>Y/O CENTRO DE GERENCIA |  | FIRMA DEL PARTICIPANTE |  | FIRMA AUTORIZADA POR REGISTRO |  |
|--|--|------------------------|--|-------------------------------|--|

# CONTACTO:

Información adicional e inscripción

Universidad Domínico Americano

Web: [www.unicda.edu.do](http://www.unicda.edu.do)

Twitter: @ElDominico

Facebook e Instagram:

@unicdard

Tel: 809-535-0665 opción 3

Flotas: 829-417-1464 y 829-748-5144 /5145

Email: [ventas@icda.edu.do](mailto:ventas@icda.edu.do)

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

