

Pós-Graduação **TRADE MARKETING**

1ª turma em Santa Catarina

Ingresso Março de 2018



Informações:

Educação Executiva ESPM-SUL
incompany-rs@espm.br Fone:
(51) 3218-1380

ESPM - Florianópolis
Lucas Silva

lucas.silva@espm.br

Fone: (48) 3224-5258 Ramal 25

Objetivos

Criar habilidades conceituais e práticas necessárias para o desenvolvimento de estratégias e ações de Trade Marketing. Desenvolver habilidades e competências para incrementar as relações com os canais de distribuição e os consumidores finais (Shopper).

Público

Gestores e profissionais que atuam nas áreas de trade marketing, marketing, vendas e comunicação em indústrias de produtos de consumo, redes varejistas e distribuidores. Representantes comerciais e profissionais interessados em desenvolver habilidades nessa nova área do marketing.

Carga Horária

O programa Pós-graduação em Trade Marketing tem carga horária de 360 horas-aula, com duração de 03 semestres letivos, com aulas quinzenais, sexta-féias a noite e sábado das 8h00 às 17h00.

Estrutura do Curso

DISCILINAS	CARGA HORÁRIA (h-a)
1. Análise do Ambiente de Negócios	30
2. Marketing Estratégico	60
3. Liderança e Gestão de Equipes	30
4. Trade Marketing	30
5. Gestão da Cadeia de Suprimentos	30
6. Gerenciamento por Categorias	30
7. Shopper Insights	30
8. CRM Aplicado ao Trade Marketing	15
9. E-commerce	15
10. Inovação e Empreendedorismo Digital	30
11. Tópicos Especiais em Trade marketing	30
12. Projeto Aplicado	30

Análise do Ambiente de Negócios

O objetivo desta disciplina é possibilitar ao aluno assimilação e ordenação do conhecimento sobre os processos de negócios, por meio do estudo e construção de cenários futuros, compreendendo a definição das empresas em relação aos diversos ambientes com os quais está transacionada, dentro de um contexto globalizado. Serão apresentadas teorias, métodos, procedimentos e técnicas, visando uma melhor compreensão e aproveitamento das tendências e macrotendências do ambiente globalizado de negócios.

Marketing Estratégico

Compreender o ambiente mercadológico, e a partir daí, adaptar estrategicamente a empresa a esse ambiente, por meio do desenvolvimento de estratégias de marketing e da definição adequada do posicionamento competitivo.

Liderança e Gestão de Equipes

O objetivo da disciplina é permitir ao aluno compreender a importância das pessoas na implementação das estratégias das organizações e o poder da liderança eficaz na condução das equipes a um alto desempenho. O modelo de gestão de pessoas baseado em competências e a prática de feedback, completam o conjunto de temas abordados no curso.

Trade Marketing

A disciplina apresentará os fatores ambientais que levaram ao surgimento do Trade Marketing, bem como suas interações internas e externas nas empresas. Serão apresentadas as bases conceituais do Trade Marketing e discutidas as relações entre fabricantes, distribuidores, varejistas e clientes finais (*Shoppers*). A disciplina também abordará o papel do Trade Marketing no processo de construção de valor nos canais de vendas e distribuição, assim como apresentará o modelo de Planejamento para a área.

Gestão da Cadeia de Suprimentos

Compreender a real demanda do mercado a partir da ponta, ou seja, do Shopper, é uma forma de organizar toda cadeia de produção e distribuição para evitar rupturas e excesso de estoques. A partir do entendimento de toda cadeia de Supply Chain, o profissional terá ferramentas para aumentar a eficiência de suas estratégias de ativação.

Gerenciamento por Categorias (GC)

A indústria lança mais de 15 mil novos itens (SKUs) anualmente. Estudos apontam que deste total, 95% não passam de melhorias ou pequenos ajustes em produtos existentes. Apenas 5% são considerados inovadores. Cabe ao varejo criar formas de, em colaboração com seus fornecedores, aumentar a eficiência da gôndola a partir da gestão das variáveis: mix, sortimento, exposição e precificação. A disciplina apresentará a metodologia do GC visando aplicação direta no dia-a-dia de empresas do ramo industrial e varejista.

Shopper Insides

Atualmente, novas tecnologias da neurociência permitem identificar os fatores críticos que levam à tomada de decisão, observando as reações cerebrais em tempo real. Aplicados ao ambiente de varejo, tais ferramentas oferecem aos gestores de Trade Marketing maior eficiência na utilização dos recursos promocionais, qualificando a experiência de compra do Shopper. Nessa disciplina, que apresentará as bases teóricas do Neuromarketing aplicado, serão discutidas estratégias de ativação a partir do entendimento do processo de compra do Shopper.

CRM Aplicado ao Trade Marketing

Diariamente, milhões de clientes acessam lojas (físicas e virtuais), deixando pistas sobre suas preferências e hábitos de compra. Esse enorme volume de dados é negligenciado pela maior parte das empresas, fazendo com que percam muitas

oportunidades de fidelização. De modo a evitar esse desperdício, o CRM (Customer Relationship Management) passa a ocupar posição relevante nas empresas. A disciplina apresentará aos alunos o embasamento teórico e casos práticos de aplicação de CRM na gestão da relação B2C.

E-commerce

Esta disciplina aborda as lógicas de e-commerce e e-business. Apresentando e discutindo os modelos de transação digital, de integração com clientes e fornecedores e os aspectos de segurança transacional.

Inovação e Empreendedorismo digital

Prepara os profissionais para um cenário dinâmico onde a inovação e a criatividade caracterizam cada vez mais a competitividade das empresas e marcas líderes. Proporciona aos participantes elementos que fundamentam o conceito de criatividade e inovação, desenvolvendo uma atitude empreendedora no que tange ao desenvolvimento de novos negócios ou novas estruturas organizacionais no ambiente digital.

Tópicos Especiais em Trade marketing

Trade Marketing é uma área em transformação, com novas práticas sendo criadas a cada instante. Esta disciplina tem como objetivo trazer à sala de aula experiências de sucesso, bem como novas ferramentas para aplicação direta nas operações de trade.

Trabalho de Conclusão

A disciplina final do curso tem como objetivo a realização de um Planejamento de Trade Marketing para uma empresa real. Com isso, o aluno estará apto a lidar com as complexidades do setor, trazendo soluções efetivas para os desafios da sua organização.

Matrícula

Inscrições abertas até março de 2018.

[LINK PARA INSCRIÇÃO](#)

Documentos Obrigatórios para Efetivação da Matrícula

- Cópia autenticada do RG e CPF;
- Cópia do Diploma do Curso Superior autenticada (ou cópia simples e o diploma original para autenticação na ESPM sem custo), com carga-horária mínima de 1600 horas e reconhecido pelo MEC, sendo que, na falta do mesmo será aceito, temporariamente, o Atestado/Declaração de Conclusão do curso emitido pela Instituição, ficando sob a responsabilidade do aluno a entrega posterior do referido diploma;
- Currículo;
- 01 foto 3x4;
- Histórico Escolar de Graduação;
- Os candidatos estrangeiros ou formados no exterior devem apresentar documentos equivalentes. As cópias autenticadas do diploma (consularizado pelo Brasil no país de origem, exceto França) e do histórico escolar do Curso de Graduação devem ser acompanhadas de suas respectivas traduções juramentadas.

Período das aulas

Aulas quinzenais:

Sextas-feiras das 19h00 às 22h20

Sábados das 8h00 às 17h00.

Local

Em Florianópolis/SC

Investimento

Matrícula de R\$ 900 e demais parcelas: 25 x de R\$ 1.188,00

Condição Especial para Associados ADVB/SC (10% desconto):

Matrícula de R\$ 810,00 e demais parcelas: 25 x de R\$ 1.069,20

O pagamento da primeira parcela será em boleto, que confirmará a vaga do aluno no programa e terá vencimento no momento da inscrição no programa. As demais parcelas terão vencimento a partir do dia 10 do início do curso. As parcelas são fixas e não possuem reajustes anuais.

Desconto promocional de **20%** na matrícula antecipada realizada até o dia 31 de janeiro 2018.

Informações:

Educação Executiva ESPM-SUL

incompany-rs@espm.br

Fone: (51) 3218-1380

ESPM - Florianópolis

Lucas Silva

lucas.silva@espm.br

Fone: (48) 3224-5258 Ramal 25