

Sílabo

1MN075 - Trade Marketing

I. Información general

Nombre del Curso: Trade Marketing
Código del curso: 1MN075
Departamento Académico: Marketing y Negocios Internacionales
Créditos: 2
Horas Teoría: 2
Horas Práctica: 2
Periodo Académico: 2023-01-PRE
Sección: A
Modalidad: Presencial
Idioma: Español
Docente: RIZAL ANDRES BRAGAGNINI OLIVER
Email docente: bragagnini_ra@up.edu.pe

II. Introducción

El curso ofrece al alumno un enfoque integral en la gestión de marketing y cómo implementar las estrategias en el punto de venta con tácticas de trade marketing y conocimientos básicos de retail (tradicional y moderno). Desarrolla en los alumnos el pensamiento estratégico para decidir QUIEN, QUE y COMO y la capacidad de ejecutar las estrategias en el punto de venta.

El curso aporta a la siguiente competencia y sus respectivos resultados de aprendizaje:

Competencia:

- Nuestros egresados serán estrategias innovadores de trade marketing y retail, con una visión integral de negocios

Resultados de aprendizaje:

- Diseña estrategias de gestión comercial y retail, para posicionar marcas en el PDV.
- Plantea propuestas de activación de demanda en el punto de venta con una visión integral de negocio que contribuya al logro de los objetivos planteados

III. Logro de aprendizaje final del curso

Al término del curso, el estudiante sustentará un proyecto de trade marketing y activación de una marca real en un punto de venta (retail) elegido, sustentará la elección de segmentos en sus tres C (Consumidor, Comprador y Canal), justificará la estrategia de marca y de activación del punto de venta, explicará el proceso de compra en los 5 pasos (ver, escanear, identificar, mostrar interés y seleccionar), y demostrará el retorno financiero de la propuesta.

IV. Unidades de aprendizaje

UNIDAD DE APRENDIZAJE 1: Planteamiento de hipótesis iniciales

Logro de Aprendizaje / propósito de la unidad:

Al concluir la unidad los estudiantes definirán las hipótesis iniciales para QUIEN y QUE en el proyecto elegido; i.e. producto, marca y canal (retail). Formularán hipótesis para los grupos objetivo en sus 3Cs (Consumidor, Comprador, Canal), definirán objetivos y metas preliminares, y plantearán una estrategia de marca (i.e. beneficio / promesa, razón por qué, y personalidad o carácter de marca).

Contenidos:

Grupos objetivo (para el QUIEN) y la Oferta de valor (para el QUE).

UNIDAD DE APRENDIZAJE 2: Propuesta de estrategia de activación
Logro de Aprendizaje / propósito de la unidad:

Al concluir la 2 unidad, los estudiantes habrán realizado entrevistas en profundidad a sus 3Cs para ratificar o cambiar sus hipótesis iniciales sobre QUIEN y QUE.

Contenidos:

Sustentación (con información de campo) de los grupos objetivo (3Cs), y de la oferta de valor incluyendo la estrategia de marca y objetivos y metas para el proyecto.

UNIDAD DE APRENDIZAJE 3: Propuesta y sustentación integral
Logro de Aprendizaje / propósito de la unidad:

al finalizar la 3 unidad, los estudiantes habrán presentado su propuesta a un Jurado externo e incorporado sus comentarios a una recomendación escrita final donde sustentarán el QUIEN, el QUE y el COMO (activación del punto de venta elegido).

Contenidos:

Grupos objetivo sustentados (3Cs), Oferta de Valor sustentada (incluyendo la evaluación financiera), y Activación del punto de venta en 5 pasos Ver, Escanear, Identificar, Mostrar interés y Seleccionar aplicando conceptos de Retail.

V. Estrategias Didácticas

Charlas magistrales, con dinámicas participativas

Casos de estudio, con análisis y discusiones en clase

Aprendizaje basado en proyectos

Investigación académica (lecturas) y práctica (entrevistas en profundidad a 3Cs)

VI. Sistemas de evaluación

Nombre evaluación	%	Fecha	Criterios	Comentarios
1. Sustento de Hipótesis	10		20% por Asistencia, 50% por sustento de hipótesis (3Cs + Objetivos + Estrategia de marca), 30% por cumplimiento, trabajo en equipo y presentación.	Sustento de Hipótesis sobre QUIEN (3Cs) y QUE (objetivos, metas y estrategias) para los proyectos.



2. Propuesta de QUIEN	30		20% por medición en campo, 20% por evaluación de la información, 20% por conclusiones y 40% por recomendaciones (sustentadas) para los 3Cs	Propuesta de QUIEN (grupos objetivos para 3Cs) sustentada en base al Trabajo de Campo
3. Plan de Trade MMKT	10		15% por sustentación de QUIEN (3Cs), 15% por el QUE (Estrategia), 40% por el COMO (activación del punto de venta) y 30% por presentación	Presentación / sustentación del Plan de Trade MMKT al Jurado Externo
4. Recomendación Final	40		10% por extensión, 20% por sustento de QUIEN, 30% por QUE (financieros), 30% por COMO (plan integral de Trade MKT), y 10% por lógica	Recomendación Final con evaluación comercial y financiera (incorporando comentarios del Jurado Externo)
5. Evaluación subjetiva y auto-evaluaciones	10		Nota basada en las observaciones del profesor durante el ciclo y las auto-evaluaciones del Equipo	Evaluación subjetiva del profesor y auto-evaluaciones de los alumnos

VII. Cronograma referencial de actividades

Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
Semana 1: del 20/03/2023 al 25/03/2023			
<ul style="list-style-type: none"> UNIDAD DE APRENDIZAJE 1: Planteamiento de hipótesis iniciales 	INTRODUCCIÓN (2 horas) Actividades a realizar <ul style="list-style-type: none"> Presentación del curso Método de evaluación y proyecto Historia del Trade Marketing Entregables en clase <ul style="list-style-type: none"> Reglas de juego Grupos de trabajo 		
Semana 2: del 27/03/2023 al 01/04/2023			
<ul style="list-style-type: none"> UNIDAD DE APRENDIZAJE 1: Planteamiento de hipótesis iniciales 	QUIEN (4 horas) Actividades a realizar <ul style="list-style-type: none"> Conociendo a sus 3Cs: <ul style="list-style-type: none"> Consumidor Comprador (shopper) Cliente (canal) Técnicas cualitativas y cuantitativas Materiales <ul style="list-style-type: none"> Lecturas, estadísticas, material audio-visual Entregables en clase <ul style="list-style-type: none"> Definición de grupos objetivo Herramientas de investigación y evaluación 	<ul style="list-style-type: none"> Lecturas, estadísticas, material audio-visual 	
Semana 3 con feriados el jueves 06, viernes 07 y sábado 08: del 03/04/2023 al 08/04/2023			
	QUE (4 horas) Actividades a realizar <ul style="list-style-type: none"> Planeamiento estratégico: definición de objetivos y evaluación financiera Toma de decisiones Estrategia de marca Materiales		

Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
	<ul style="list-style-type: none"> Lecturas, modelos, ejercicios <p>Entregables en clase</p> <ul style="list-style-type: none"> Definición de Donde Jugar y Como Ganar para el Proyecto 		
Semana 4: del 10/04/2023 al 15/04/2023			
<ul style="list-style-type: none"> UNIDAD DE APRENDIZAJE 1: Planteamiento de hipótesis iniciales 	<p>TRABAJO EN CLASE (6 horas)</p> <p>Actividades a realizar</p> <ul style="list-style-type: none"> Trabajo en Equipo Definición de QUIEN y QUE <p>Materiales</p> <ul style="list-style-type: none"> Formatos de evaluación <p>Entregables en clase</p> <ul style="list-style-type: none"> CLASES CALIFICADAS 		
Semana 5: del 17/04/2023 al 22/04/2023			
<ul style="list-style-type: none"> UNIDAD DE APRENDIZAJE 2: Propuesta de estrategia de activación 	<p>Pre-alineamiento TRABAJO DE CAMPO (4 horas)</p> <p>Actividades a realizar</p> <ul style="list-style-type: none"> Elaborar los formatos para trabajo de campo; e.g. entrevistas a 3Cs. <p>Materiales</p> <ul style="list-style-type: none"> Guías de entrevistas <p>Entregables en clase</p> <ul style="list-style-type: none"> Dirección y coaching (en vivo) del profesor 		
Semana 6: del 24/04/2023 al 29/04/2023			
<ul style="list-style-type: none"> UNIDAD DE APRENDIZAJE 2: Propuesta de estrategia de activación 	<p>Avances en los trabajos de campo (4 horas)</p> <p>Actividades a realizar</p> <ul style="list-style-type: none"> Revisar hallazgos (insights) de los trabajos de campo. Pulir / re-definir hipótesis <p>Materiales</p>	<ul style="list-style-type: none"> Bitácoras de entrevistas 	

Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
	<ul style="list-style-type: none"> • Bitácoras de entrevistas con los 3Cs Entregables en clase <ul style="list-style-type: none"> • Ajustar guías y tomar decisiones sobre proyectos 		
Semana 7: del 01/05/2023 al 06/05/2023			
<ul style="list-style-type: none"> • UNIDAD DE APRENDIZAJE 2: Propuesta de estrategia de activación 	Preparación de Presentación de trabajos (2 horas) Actividades a realizar <ul style="list-style-type: none"> • Explicación del formato de presentación en Fondo y Forma • Identificar brechas en los 3Cs Materiales <ul style="list-style-type: none"> • Formato de Presentación y Alcance Entregables en clase <ul style="list-style-type: none"> • Outline básico de la presentación y Tareas (brechas) 	<ul style="list-style-type: none"> • Formato de Presentación y alcance 	
Semana 8 de exámenes parciales: del 08/05/2023 al 13/05/2023			
	Exámenes. No hay clases		
Semana 9: del 15/05/2023 al 20/05/2023			
<ul style="list-style-type: none"> • UNIDAD DE APRENDIZAJE 2: Propuesta de estrategia de activación 	Presentación TRABAJOS DE CAMPO (6 horas) Actividades a realizar <ul style="list-style-type: none"> • Presentación de conclusiones y recomendaciones en base a los trabajos de campo, y discusión. Materiales <ul style="list-style-type: none"> • Presentaciones de los equipos Entregables en clase <ul style="list-style-type: none"> • CLASES CALIFICADAS 		
Semana 10: del 22/05/2023 al 27/05/2023			

Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
<ul style="list-style-type: none"> UNIDAD DE APRENDIZAJE 2: Propuesta de estrategia de activación 	CHARLA MAGISTRAL		
Semana 11: del 29/05/2023 al 03/06/2023			
<ul style="list-style-type: none"> UNIDAD DE APRENDIZAJE 2: Propuesta de estrategia de activación 	COMO (6 horas) Actividades a realizar <ul style="list-style-type: none"> Proceso de Compra Merchandising Gestión de Cuentas Claves (KAM) Gestión de Categorías (CATMAN) Materiales <ul style="list-style-type: none"> Ejercicios y ejemplos reales Entregables en clase <ul style="list-style-type: none"> Conceptos, herramientas y ejercicios en clase (casos) 		
Semana 12: del 05/06/2023 al 10/06/2023			
<ul style="list-style-type: none"> UNIDAD DE APRENDIZAJE 2: Propuesta de estrategia de activación 	Revisión de #s / Financieros (2 horas) Actividades a realizar <ul style="list-style-type: none"> Validar supuestos financieros Revisar hipótesis para los EE.FF. Identificar requerimientos de info. Materiales <ul style="list-style-type: none"> Formatos de EPG y Flujo de Caja (directo) Entregables en clase <ul style="list-style-type: none"> Coaching y elaboración de supuestos 		
Semana 13: del 12/06/2023 al 17/06/2023			
<ul style="list-style-type: none"> UNIDAD DE APRENDIZAJE 3: Propuesta y sustentación integral 	Pre-alineamiento PRESENTACIÓN FINAL (4 horas)		

Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
	Actividades a realizar <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en Equipo • Prepararse para sustentar el proyecto ante Jurado / Directorio Materiales <ul style="list-style-type: none"> • Herramientas y ejercicios en clase Entregables en clase <ul style="list-style-type: none"> • Coaching y técnicas de presentación 		
Semana 14: del 19/06/2023 al 24/06/2023			
<ul style="list-style-type: none"> • UNIDAD DE APRENDIZAJE 3: Propuesta y sustentación integral 	CLASE FINAL Actividades a realizar <ul style="list-style-type: none"> • Reflexiones finales sobre el curso y vida Profesional y Personal Materiales <ul style="list-style-type: none"> • Feedback de los Jurados Entregables en clase <ul style="list-style-type: none"> • Reflexiones y compromisos 		
Semana 15 con feriado jueves 29: del 26/06/2023 al 01/07/2023			
<ul style="list-style-type: none"> • UNIDAD DE APRENDIZAJE 3: Propuesta y sustentación integral 	Presentación PROY FINALES Actividades a realizar <ul style="list-style-type: none"> • Presentación y sustentación de los planes de trade marketing al Jurado. Materiales <ul style="list-style-type: none"> • Presentaciones de los equipos Entregables en clase <ul style="list-style-type: none"> • CLASES CALIFICADAS 		
Semana 16 de exámenes finales: del 03/07/2023 al 08/07/2023			
	EXAMENES - NO HAY CLASES		

VIII. Referencias bibliográficas

Obligatoria

LATIR Arellano, Rolando (2017). *LATIR (Estilos de Vida)*. [Versión Libro] Recuperado de <https://www.planetadelibros.com.pe/libro-latir/257878>.

Recomendada

Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. [Versión Libro] Recuperado de 11a. edición. México, 2013. Pearson Education Inc..

Mehrdad, B., Coley, S. y White, D. (2000). *The Alchemy of Growth: Practical Insights for Building the Enduring Enterprise*. [Versión Libro] Recuperado de Perseus Publishing, Basic Books..