

AULA 1 – ESTRATÉGIA COMERCIAL, TRADE MARKETING E SHOPPER MARKETING

- *O papel estratégico do Trade Marketing e da Gestão Comercial*
- *Go-to-Market*
- *Shopper Marketing e Jornada de Compra*

AULA 2 – PLANEJAMENTO DE TRADE, CATEGORIA E CANAL

- *Do planejamento à execução*
- *Planejamento de Categoria*
- *Planejamento de Canal*
- *Portfólio por Canal*
- *Preço por Canal*

AULA 3 – EXECUÇÃO, ATIVAÇÃO E RELACIONAMENTO COM O VAREJO

- *Modelo de Execução*
- *Merchandising Estratégico e Comunicação no PDV*
- *Relacionamento com o Varejo*
- *KAM e JBP*

EXTENSÃO

PRESENCIAL

matriz curricular

GESTÃO COMERCIAL, TRADE E SHOPPER MARKETING



AULA 4 – GESTÃO, MENSURAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO SELL OUT

- *Virada cultural para o sell out*
- *Gestão e Mensuração*
- *Gestão da equipe e execução da venda*

CARGA HORÁRIA TOTAL

16H