ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Trade Marketing y Relación entre Fabricante y Distribuidor

4 ECTS | 100 horas | Online, a tu ritmo

Formación acreditada por
Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ



Acerca de ICUFOR

ICUFOR es un centro privado de formación online, Centro Acreditado y Autorizado por la Universidad EUNEIZ de Vitoria-Gasteiz. Diseñamos e impartimos Cursos de Formación Permanente universitarios, pensados para la actualización y la especialización de profesionales en activo.

Nuestros cursos se estudian a tu ritmo en un campus virtual propio y terminan con el diploma de la Universidad EUNEIZ y con certificados de ICUFOR verificables.

Centro acreditado
Universidad EUNEIZ

100 % online
Campus virtual propio

Equipo docente
Disponible todo el curso



Metodología de estudio

Campus virtual propio
Estudias desde cualquier lugar y dispositivo, sin horarios.

Aprendizaje autónomo, pero acompañado
Tú marcas el ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

Contenido del curso en PDF
El material principal, para estudiarlo a fondo, tema a tema.

Abstract de cada tema
Su síntesis, para situarte al empezar y repasar al final.

Presentación con los aspectos clave
Lo esencial de cada bloque, para jerarquizar y fijar.

Cuestionarios de evaluación
De respuesta múltiple, uno por tema.



Campus virtual

Mis cursos
Tu progreso y el siguiente tema por estudiar

Materiales
Contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave

Cuestionarios de evaluación
Tu nota y la revisión de tus respuestas

Equipo docente
Consulta por escrito, chat y asesor de IA a cualquier hora

Secretaría
Certificados en PDF con código de verificación

Pagos y facturas
Descarga de facturas en PDF



Presentación del programa



Especialízate con nuestro Curso de Formación Permanente en Trade Marketing y Relación entre Fabricante y Distribuidor, una propuesta formativa diseñada para profesionales que desean dominar las estrategias clave que conectan a fabricantes y distribuidores en el competitivo entorno comercial actual. En ICUFOR comprendemos la importancia de formar expertos capaces de gestionar relaciones comerciales sólidas y generar valor en cada eslabón de la cadena de distribución.

A lo largo del programa, profundizarás en los fundamentos del trade marketing, la estructura de los canales de distribución y los modelos de colaboración entre fabricante y distribuidor. Además, desarrollarás competencias en shopper marketing, gestión de categorías, negociación con cuentas clave y diseño de estrategias promocionales efectivas en el punto de venta.

Duración
100 horas

Créditos
4 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender los fundamentos, el alcance y la evolución del trade marketing, identificando su papel estratégico dentro de la organización comercial y el ecosistema de distribución contemporáneo.

Conocer los modelos de relación entre fabricante y distribuidor, distinguiendo las fuentes de poder, las dinámicas de dependencia y los marcos de colaboración orientados a la generación de valor mutuo.

Dominar el proceso de category management, aplicando sus etapas, herramientas analíticas y tácticas de implantación en colaboración con el distribuidor.

Implementar sistemas de medición del rendimiento en trade marketing, utilizando indicadores clave, fuentes de información sectorial y cuadros de mando para evaluar la eficacia de las acciones comerciales.

Analizar la estructura, tipología y dinámica de los canales de distribución, diferenciando formatos comerciales, flujos operativos y estrategias de cobertura de mercado.

Diseñar estrategias de trade marketing en el punto de venta, integrando decisiones de surtido, precio, promoción, merchandising y activación dirigidas al shopper en entornos físicos y digitales.

Desarrollar competencias de negociación comercial y gestión de cuentas clave, elaborando propuestas de valor, argumentarios y acuerdos rentables sustentados en la cuenta de explotación por cliente.

Identificar las tendencias tecnológicas y los retos emergentes del trade marketing, incorporando innovaciones como la inteligencia artificial, el retail media y la sostenibilidad en la planificación estratégica del canal.

Temario

01 Fundamentos del trade marketing y su evolución en el entorno comercial contemporáneo

1.1. Origen y evolución histórica del trade marketing como disciplina empresarial
1.2. Definición, alcance y delimitación conceptual del trade marketing
1.3. El ecosistema comercial actual y su impacto en la función de trade marketing
1.4. Objetivos estratégicos y operativos del trade marketing en la empresa fabricante
1.5. Estructura organizativa del departamento de trade marketing y su relación con otras áreas funcionales

02 Estructura, tipología y dinámica de los canales de distribución comercial

2.1. Conceptualización y funciones esenciales de los canales de distribución
2.2. Tipología de canales de distribución según su estructura y longitud
2.3. Principales formatos comerciales en la distribución minorista
2.4. Estructura competitiva del sector de la distribución: principales operadores y tendencias de concentración
2.5. Flujos de información, producto y financieros en el canal de distribución
2.6. Conflictos habituales en los canales de distribución y mecanismos de resolución

Temario

03 La relación estratégica entre fabricante y distribuidor: modelos, dinámicas de poder y colaboración

3.1. Evolución histórica de la relación fabricante-distribuidor: de la confrontación a la colaboración
3.2. Modelos teóricos y marcos de análisis de las relaciones en el canal
3.3. Fuentes de poder y dependencia en la relación fabricante-distribuidor
3.4. La marca de distribuidor como elemento central de tensión y oportunidad en la relación
3.5. Modelos de colaboración fabricante-distribuidor orientados a la generación de valor mutuo
3.6. Condiciones, barreras y factores críticos de éxito para la colaboración efectiva
3.7. Marco legal y regulatorio de las relaciones comerciales entre fabricante y distribuidor

Temario

04 Estrategia de trade marketing: planificación, ejecución y activación en el punto de venta

4.1. El proceso de planificación estratégica de trade marketing
4.2. El shopper marketing como evolución del trade marketing: comprender al comprador en el punto de venta
4.3. Gestión estratégica del surtido en colaboración con el distribuidor
4.4. Estrategias de precio y posicionamiento de valor en el punto de venta
4.5. Diseño y gestión de promociones en el punto de venta
4.6. Merchandising y visibilidad de marca en el punto de venta
4.7. Trade marketing digital: extensión de la estrategia al entorno online
4.8. El plan de trade marketing por cliente: diseño, ejecución y seguimiento

Temario

05 Category management como herramienta clave de colaboración entre fabricante y distribuidor

5.1. Definición, principios y evolución del category management
5.2. El proceso de category management: las etapas del modelo ECR
5.3. Herramientas analíticas para la gestión por categorías
5.4. Implantación y revisión del plan de categoría en colaboración con el distribuidor
5.5. Category management en entornos específicos: canales especializados, e-commerce y nuevas tendencias

06 Negociación comercial y gestión de acuerdos entre fabricante y distribuidor

6.1. Fundamentos de la negociación comercial en el contexto de las relaciones fabricante-distribuidor
6.2. Preparación estratégica de la negociación con cuentas de distribución
6.3. Condiciones comerciales y componentes del acuerdo de negociación
6.4. La cuenta de explotación por cliente como herramienta de control y negociación
6.5. Gestión de cuentas clave (Key Account Management) como marco relacional
6.6. Tácticas y dinámicas de negociación en la práctica comercial habitual

Temario

07 Medición del rendimiento en trade marketing, innovación tecnológica y tendencias de futuro

7.1. Sistemas de indicadores clave de rendimiento (KPIs) en trade marketing
7.2. Fuentes de información, herramientas de medición y reporting en trade marketing
7.3. Innovación tecnológica y tendencias emergentes en trade marketing
7.4. Retos y oportunidades estratégicas para el profesional de trade marketing en el horizonte próximo

Titulación y certificados

Diploma de la Universidad EUNEIZ

Al aprobar todos los cuestionarios de evaluación recibes el **diploma en formato digital** de Curso de Formación Permanente, con sus 4 créditos ECTS y 100 horas.

Certificados de ICUFOR

Se descargan en PDF desde la Secretaría del campus, con un código único y QR para verificarlos.



Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

Proceso de matriculación

1 **Pulsa «Matricularme» en la ficha del curso**
Completa tus datos personales y de facturación.

2 **Elige la forma de pago**
Tarjeta, PayPal o transferencia bancaria.

3 **Entra en el campus y empieza**
Recibes por correo tus datos de acceso y, en cuanto se confirma el pago, tienes el temario completo. La matrícula está abierta todo el año.

Matricúlate | Más información



Métodos de pago

Pago único
El precio se abona una sola vez, sin cuotas ni renovaciones.

Seguridad
Pago online en la pasarela de Stripe o de PayPal.

Flexibilidad
Tarjeta de crédito o débito, PayPal o transferencia.

Acceso inmediato
Con tarjeta o PayPal, el campus se activa al momento.

Simplicidad
Matrícula y pago en dos pasos.

Facturación
Facturas en «Pagos y facturas» del campus.



¿Por qué elegir ICUFOR?

01

Formación accesible

Formación universitaria rigurosa y acreditada, íntegramente online y compatible con tu trabajo.

02

Calidad universitaria

Cada curso está acreditado por la Universidad EUNEIZ, con su memoria académica y sus créditos ECTS.

03

Impulso a tu carrera

Contenidos de utilidad práctica y una titulación que suma en méritos, concursos y bolsas de empleo.

04

Especialización

Cada curso trata una única temática a fondo: combínalos y construye tu propio itinerario.

05

Atención de calidad

Consultas al equipo docente por escrito o por chat, y un asesor de IA a cualquier hora.

¿Por qué elegir ICUFOR?

06
Contenidos actualizados
Los cursos se revisan periódicamente para incorporar las novedades de cada ámbito.

07
El curso, por escrito
Cada tema en tres formatos: contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave.

08
Autónomo, pero acompañado
Tú decides tu ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

09
Enseñanza adaptada
Sin horarios ni conexiones obligatorias: seis meses para terminar, ampliables si lo necesitas.

10
Estudio sencillo e intuitivo
Un campus virtual propio, sin instalar nada y accesible desde cualquier dispositivo.

¿Necesitas más información?

Te contamos cómo funciona el curso, los plazos y la titulación, sin compromiso.

www.icufor.com

info@icufor.com

+34 858 895 080

+34 746 044 519

Formación acreditada por Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

