

# LA FUNCIÓN COMERCIAL DEL PACKAGING

**GLOBAL\_**  
**THINKING**  
GLOBAL LEADERS\_

**SEMINARIO PROFESIONAL – 16 h.**

**FORMATO: Presencial**

**ÁREA: Marketing**

## OBJETIVOS

- » Transmitir a los asistentes la función comercial y de marketing que realiza el packaging y su valor en todo el proceso de negocio de las empresas.

## PROGRAMA - FASES

- » La función comercial del envase.
  - » Envase, Distribución y Logística: Valor añadido y costos desde la planta, al almacén, a la plataforma del cliente al PdV, al “medio ambiente”.
  - » Envase, Marketing y Ventas: El creciente papel de la “P” del “packaging”, desde el PdV. al consumidor. Posicionamiento, Precio, Promoción....Creación de marca.
    - » Envase y Marca
    - » Envase Comunicación y Promoción
- » Una mirada al futuro.
  - » Tendencias en el consumo y la distribución.

## METODOLOGÍA

### **PRESENCIAL:**

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

## A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Responsables y técnicos de los Departamentos de Marketing y Comunicación así como a consultores de marketing y comunicación.

*\*Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*