



IDE • CESEM

Instituto de Directivos de Empresa

IDE-CESEM

Pº General Martínez Campos, 46
28010 Madrid

Tlf.: 91 310 51 80

En colaboración con

escuela
europea



garantizan

“La mejor experiencia
formativa”

www.ide-cesem.com

Master en Dirección de Marketing, Comercial y Comunicación



PRESENTACION

INSTITUTO DE DIRECTIVOS DE EMPRESA



- ▶▶ El Master Integrado en Dirección de Marketing, Comercial y Comunicación, permite integrar todas las habilidades necesarias para el desarrollo e implementación de acciones de comunicación eficaces, dotando al alumno de conocimientos y herramientas de análisis fundamentales para el éxito en la estrategia de ventas de una organización.

OBJETIVOS

INSTITUTO DE DIRECTIVOS DE EMPRESA



- ▶ Generar en los participantes la adecuada formación para poder analizar, diseñar y aplicar las diferentes estrategias y tácticas de marketing, en un entorno cada vez más competitivo y cambiante.
- ▶ Aportar los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para diseñar y controlar las acciones ejecutivas del área comercial de la empresa o institución.
- ▶ Preparar profesionales capacitados en las diversas especialidades de la comunicación, de manera que puedan ser operativos, tanto en las agencias de publicidad, como en los departamentos de publicidad de los anunciantes, así como en los medios de comunicación y departamentos corporativos de la empresa o institución.

DIRIGIDO A...

INSTITUTO DE DIRECTIVOS DE EMPRESA



- ▶ Titulados Universitarios y / o Profesionales con Experiencia Laboral.

PONENTES

INSTITUTO DE DIRECTIVOS DE EMPRESA



- ▶ IDE-CESEM, se caracteriza por contar con un cuadro de profesores expertos en la materia a impartir y todos ellos profesionales en activo que garantizan la actualización de las técnicas y métodos a emplear tanto en los conocimientos como en las herramientas pedagógicas a la hora de dirigir un aula.



► MODALIDAD SEMIPRESENCIAL

- Clases presenciales
- Tutorías a distancia
- Apoyo On line

Ofrecemos esta modalidad con el fin de que ni el tiempo ni el espacio sean un problema en la formación. IDE-CESEM, Instituto de Directivos de Empresa y la Escuela Europea ponen al alcance de todos sus alumnos un modelo de aprendizaje de alta especialización, adaptado a las necesidades de cada persona.

IDE-CESEM, cuenta con un equipo de especialistas encargados de elaborar sus propios manuales, desarrollando los contenidos adecuados a cada materia. Periódicamente, se revisan y actualizan, incorporando en ellos las nuevas tendencias que van surgiendo en la gestión empresarial, asegurándose así de que la calidad y vigencia de los contenidos de los programas es la óptima. Cada mes recibirás en tu domicilio los manuales en soporte papel y en CD.

El curso se desarrolla a través de sesiones mixtas, presenciales y a distancia, para compaginar los horarios y disponibilidad de los asistentes.

Los alumnos tenéis a vuestra disposición a los Directores de Área para cualquier consulta que os pueda surgir en el estudio de cada uno de los módulos, a través de correo electrónico, teléfono o en el caso de tener la posibilidad, en tutorías presenciales.

La evaluación de los conocimientos es continua, a través de la realización de los casos prácticos que se plantean en cada módulo y que reflejan situaciones empresariales a las que deberás aportar una solución adecuada.



DIRECCIÓN DE MARKETING

El Marketing Hoy.

- ▶▶ Planificación estratégica.
- ▶▶ Identificar segmentos de mercado: entorno, productos y competencia.
- ▶▶ Resultados del análisis de las oportunidades de mercado.
- ▶▶ Benchmarking como herramienta de mejora.
- ▶▶ La segmentación, público objetivo y posicionamiento.
- ▶▶ El Comportamiento de Consumidor.

Investigación de Mercados.

- ▶▶ La importancia de la investigación comercial en la empresa.
- ▶▶ Bases de datos y los SIM (Sistemas de Información de Marketing).
- ▶▶ Tipos de estudios y proceso metodológico.
- ▶▶ Proyecto de investigación de mercado.
- ▶▶ La Investigación cualitativa y cuantitativa.
- ▶▶ Técnicas de análisis de datos.

El Producto y su Política de Precios.

- ▶▶ Oferta y naturaleza del Producto: Branding.
- ▶▶ Análisis del catálogo: innovación, desarrollo y lanzamiento de nuevos productos.
- ▶▶ Ciclo de vida del producto.
- ▶▶ Función del precio en el mercado: estimar precios competitivos.
- ▶▶ Fijación del precio.
- ▶▶ Costes y las economías de escala.

Distribución.

- ▶▶ Concepto de Distribución.
- ▶▶ Estructura de la distribución.
- ▶▶ Decisiones tácticas y estratégicas del distribuidor.
- ▶▶ Canales de distribución: retribución y márgenes.
- ▶▶ Distribución física: transporte y logística.
- ▶▶ Cambios en la gestión integral de la distribución.

El Plan de Marketing.

- ▶▶ Etapas, pronósticos y objetivos del Plan de MK.
- ▶▶ Marketing mix.
- ▶▶ Plan operativo: programación y control.
- ▶▶ Presentación del Plan de Marketing.
- ▶▶ Las tecnologías al servicio del Marketing Relacional.

Marketing Audit.

- ▶▶ Concepto de Marketing Audit.
- ▶▶ Organización y funciones comerciales interna y externa.
- ▶▶ Concesionarios y Franquicias.
- ▶▶ Control de gestión, presupuestario y Plan de MK.
- ▶▶ Cómo hacer un Marketing Audit.
- ▶▶ Diagnóstico de posicionamiento de la empresa.

Marketing de Servicio y Otros Sectores.

- ▶▶ Elementos diferenciales del marketing de servicio.
- ▶▶ Desarrollo de una estrategia comercial en el sector servicios.
- ▶▶ La importancia de la calidad y las relaciones con los clientes.
- ▶▶ Marketing de consumo.
- ▶▶ Diferencias entre el marketing de consumo y el marketing industrial.

DIRECCIÓN COMERCIAL

El Proceso Comercial.

- ▶ Conocimiento de producto y mercado.
- ▶ La planificación comercial.
- ▶ Preparación de entrevistas.
- ▶ Visita: presentación y apertura.
- ▶ Tácticas y herramientas de negociación.
- ▶ Asistencia al cliente. La postventa.

Canales de Venta.

- ▶ Venta domiciliaria.
- ▶ Venta a través de concesionarios, franquicias y grandes clientes.
- ▶ Centros de servicio.
- ▶ La preventa como apoyo en sectores de consumo.
- ▶ Tiendas y catálogos.
- ▶ Las nuevas tecnologías, correo y televenta.

Trade Marketing.

- ▶ El Key Account Manager y su relación con el Trade Marketing.
- ▶ Habilidades y destrezas: la información que se debe manejar.
- ▶ Conocimiento del sector de la gran distribución.
- ▶ Relaciones entre fabricantes y distribuidores.
- ▶ Negociación y la gestión de aprovisionamiento.
- ▶ Aumento de la demanda entre fabricantes y distribuidores.

La Comunicación como apoyo a las ventas.

- ▶ Branding y Comunicación.
- ▶ Publicidad: Agencia y campañas.
- ▶ Estrategia de planificación de medios.
- ▶ El marketing directo y sus acciones.
- ▶ Merchandising y Sponsoring.
- ▶ Relaciones Públicas.

DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

Imagen Corporativa.

- ▶ Introducción.
- ▶ El proceso de comunicación y el branding.
- ▶ Plan de comunicación global.
- ▶ Imagen y diseño de la identidad corporativa.
- ▶ La gestión de la crisis y la reputación.
- ▶ Posicionamiento de nuestra empresa como fuente de información.

Comunicación Publicitaria.

- ▶ La publicidad y la empresa actual.
- ▶ La publicidad como herramienta de comunicación.
- ▶ La agencia de publicidad.
- ▶ Planificación de una campaña.
- ▶ Ejecución de una campaña.
- ▶ Pre-test publicitario. Objetivos y tipos.

Plan de Medios.

- ▶ Estudio de medios, soportes y formas publicitarias.
- ▶ Presupuesto publicitario.
- ▶ Factores de selección.
- ▶ Estrategia, planificación y presupuesto publicitario.
- ▶ Compra y evaluación de resultados de la inversión publicitaria.
- ▶ Optimización de la inversión publicitaria.

Producción Publicitaria y Creatividad.

- ▶ Diseño Gráfico.
- ▶ El color y la producción.
- ▶ Imagen digital. Diseño publicitario y packaging.
- ▶ Composición de un anuncio: boceto, tipografía, fotografías y arte final.
- ▶ Producción audiovisual en televisión y cine: rodaje, iluminación.
- ▶ Creatividad y estrategia.
- ▶ Creatividad en el mundo empresarial.

Creación de Empresas.

- ▶▶ Fundamentos jurídicos para la creación de empresas.
- ▶▶ Trámites necesarios.
- ▶▶ Estructura legal de la empresa.

Identificación de Oportunidades de Negocio.

- ▶▶ Creatividad en los negocios.
- ▶▶ Definición del producto o servicio.
- ▶▶ Necesidad a cubrir.
- ▶▶ Política de precios.

Organización y Dirección del Departamento Comercial.

- ▶▶ Sector.
- ▶▶ Clientes.
- ▶▶ Competencia.

Plan y Presupuesto de Ventas.

- ▶▶ El plan de marketing como motor del plan de empresa.
- ▶▶ Plan operativo: programación y control.
- ▶▶ Política de ventas.

Plan Económico-Financiero.

- ▶▶ Plan de inversiones.
- ▶▶ Cuenta de resultados previstos.
- ▶▶ Balance previsional.
- ▶▶ Presupuesto de tesorería.

Plan de Recursos Humanos.

- ▶▶ Estructura organizativa.
- ▶▶ Política de comunicación.
- ▶▶ Política de selección y retribución.
- ▶▶ Plan de formación.

Plan de Operaciones.

- ▶▶ Producción.
- ▶▶ Logística.
- ▶▶ Calidad.

Implantación del Plan de Negocios.

- ▶▶ Objetivos.
- ▶▶ Actividades.
- ▶▶ Responsable.



- ▶▶ LUGAR DE IMPARTICIÓN
Escuela Europea (Oviedo)
- ▶▶ FECHAS INICIO/DURACIÓN
1 de febrero de 2008 / 8 meses
- ▶▶ HORARIO
Viernes de 17:00 a 21:00 horas y Sábados de 10:00 a 14:00 horas.
- ▶▶ PRECIO
5.500 euros
- ▶▶ MODOS DE PAGO
 - Importe total del Master al contado ó
 - 4 plazos:
 - 25 % a la inscripción.
 - 25 % el día 3 marzo de 2008
 - 25 % el día 2 de mayo de 2008
 - 25 % el día 2 de julio de 2008
- ▶▶ LA MATRÍCULA INCLUYE
 - 600 horas (entre presencial, distancia y on line) + Resolución de casos prácticos + Proyecto Fin de Master
 - Documentación (15 manuales + 15 CD)
 - Tutorías para el desarrollo de los casos prácticos y el Proyecto Fin de Master
 - CAP (Círculo de Alumnos y Profesores). Asociación que permite el vínculo entre alumnos y profesores.
 - Título Master

Para más información e inscripciones:

ESCUELA EUROPEA

C/Muñoz Degraín nº 14 Bajo F

33007 Oviedo

info@escuela-europea.com / www.escuela-europea.com

Tlf.: 985 271 019

escuela
europea

