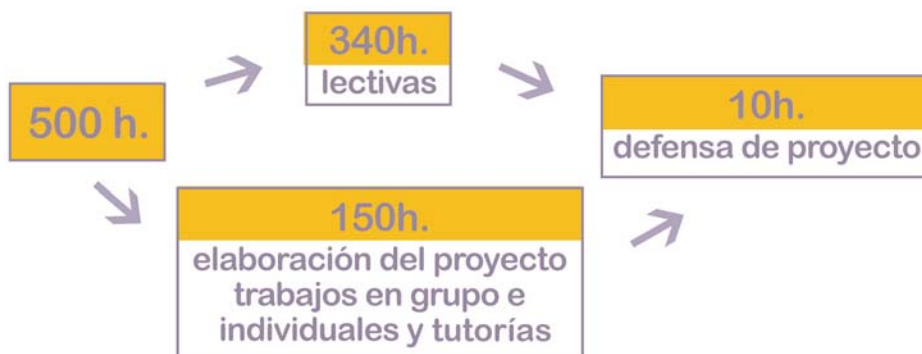


PROGRAMA

MMV VERSIÓN EXECUTIVE



MMV. Master en marketing y ventas



▣ A) ÁREAS DE CONOCIMIENTO ----- 470 horas.

▪ Participan **profesionales de primer nivel** que explican las claves de las diferentes materias tomando como base su **dilatada experiencia**. En las sesiones formativas se combina el análisis de las diferentes problemáticas con la realización de **casos reales** y su posterior puesta en común.

I. MARKETING ESTRATÉGICO ----- 30 horas

- Qué es el marketing: concepto e introducción
- Introducción a las 4 p's (Precio, Producto, Promoción y Distribución)
- Marketing al entorno
- Unidad estratégica de negocio
- Las competencias esenciales
- Matrices de decisión estratégica
- Ciclo de vida del producto
- Criterios de segmentación y definición de Target
- Casos prácticos

II. EL PRODUCTO ----- 30 horas

- Valores reales vs. valores percibidos y valores emocionales
- Del test de concepto al producto final



- El packaging
- El tamaño
- El nombre
- La marca
- La gestión de marcas globales
- Portfolio Management
- Casos prácticos

III. EL PRECIO ----- 20 horas

- Sistemas de fijación de precios de mercado
- Análisis y metodologías de sensibilidad precio
- Fijación de precios de cesión y sus diferentes estratos
- Gestión de precios internacional
- Casos prácticos

IV. LA DISTRIBUCIÓN ----- 30 horas

- Los canales de distribución
- Estrategias por canal
- Implicaciones comerciales sobre la gestión de canales
- Claves para la construcción de la distribución
- Gestión de lanzamientos globales
- El merchandising
- Casos prácticos

V. LA PROMOCIÓN ----- 40 horas

- Objetivos promocionales
- Análisis de los medios publicitarios (above the line y below the line)
- Tipos de promociones
- Análisis de rentabilidad promocional
- Definición de calendario promocional
- Optimización de la inversión promocional
- Casos prácticos

VI. LA GESTIÓN DE SERVICIOS ----- 20 horas

- Las claves del servicio eficiente
- Retención y satisfacción de clientes
- La recuperación de clientes insatisfechos y desertores
- Creación de valor mediante intangibles
- Casos prácticos

VII. CONOCIMIENTO DEL ENTORNO, MERCADO Y SECTOR ----- 20 horas

- El macro entorno



- El micro entorno
- Aspectos legales relacionados con el Marketing: ley de patentes y marcas, aspectos de Regulatory, Ley de Defensa de la Competencia, Ley de Comercio
- La importancia de la buena información
- Fuentes de información interna
- Fuentes de información externa
- La gestión del conocimiento
- Elementos del plan de Marketing
- Casos prácticos

VIII. DIRECCIÓN COMERCIAL ----- 40 horas

- Estructuras comerciales
- Gestión de Fuerzas de Ventas
- Sistemas de retribución de Fuerzas de Ventas. Fijación de objetivos / incentivos
- Trade Marketing
- Gestión por Categorías
- Elementos claves de la política comercial
- Gestión de Grandes Cuentas (KAM Management)
- Flujo de planificación comercial
- Casos prácticos



IX. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO ----- 30 horas

- Definición y origen
- Tipología de investigación de mercados
- Investigación Cuantitativa: técnicas, procesos y soporte estadístico
- Investigación Cualitativa: desarrollo de las diferentes técnicas existentes
- Técnicas creativas: Brainstorming, Fish Bone, técnicas proyectivas, Collage, etc
- Nuevas tendencias en Investigación de Mercados
- Casos prácticos

X. PLANIFICACIÓN DE MEDIOS ----- 20 horas

- Conceptos básicos de Planificación de Medios
- Nuevas tendencias en Planificación de Medios
- Gestión de agencia. Roles y Responsabilidades
- Cómo realizar un briefing eficiente
- Casos prácticos

XI. GESTIÓN LOGÍSTICA / GESTIÓN DE OPERACIONES / CALIDAD ----- 10 horas

- Conceptos y terminología más utilizada
- Gestión de operaciones
- Sistemas logísticos actuales
- Forecasting
- Calidad total
- Nuevas tendencias logísticas
- Casos prácticos

XII. LA NEGOCIACIÓN COMERCIAL ----- 5 horas

- Cómo negociar de manera eficiente
- Cómo preparar la negociación
- Cómo posicionarse
- Diferentes técnicas de negociación
- Cómo interpretar "las señales"
- Cómo cerrar la negociación de manera satisfactoria. Entornos "one time", win-win, o relación a largo plazo

XIII. TALLER DE CREATIVIDAD PUBLICITARIA ----- 5 horas

XIV. E STRATEGY ----- 10 horas

- Posicionamiento en e Business (B2B, B2C, B2E)
- CRM 1: relación con los clientes y venta por internet
- CRM 2: marketing
- Publicidad: banners, cookies, frames...etc.
- Portales y colaboración entre empresas (Marketplaces)

XV. E COMMERCE ----- 10 horas

- Internet y sus posibilidades en el comercio electrónico
- Seguridad y medios de pago en la web
- Diseño y calidad de un sitio web
- Aspectos legales



XVI. ELABORACIÓN DEL PROYECTO FIN DE MASTER ----- 80 horas

- Tutorías de preparación y de seguimiento de proyectos
- La defensa del proyecto
- Trabajo en grupo e individual

XVII. REALIZACIÓN DE CASOS ----- 70 horas

- Trabajos complementarios a las sesiones de clases
- Clases de resoluciones de ejercicios

▣ B) ÁREAS DE HERRAMIENTAS PROFESIONALES ----- 30 horas

- A través de experiencias el **alumno** desarrollará una serie de **habilidades comunes** para cualquier tipo de profesional que le proporcionarán un posicionamiento destacado. **Escuela Europea de Negocios** es pionera en el desarrollo de estas sesiones.

I. DIRECCIÓN DE PROYECTOS ----- 10 Horas

- Las nuevas formas de dirigir proyectos
- Metodología de proyecto

- Las diferentes etapas
- La ejecución
- Optimización de las reuniones

II. PRESENTACIONES EFICACES: 10 Horas

- ¿Qué es una presentación eficaz?
- Presentación PSR
- Categorías de presentaciones
- Bases de comunicación
- Armas del presentador
- Estrategia de presentación
- Comunicación eficaz
- Estilo de presentación
- Participaciones de los alumnos



III. OUTDOOR TRAINING: 10 Horas

▪ La **metodología Outdoor** consigue en los participantes un **fuerte impacto**, y unos resultados que perduran en el tiempo. El desafío que supone el entorno desconocido exige que los participantes se esfuercen por emplear habilidades poco aprovechadas en la rutina diaria, de modo que **descubren hasta donde pueden llegar**. El programa se estructura en **tres partes**:

▪ **Análisis de necesidades:** se analizan las competencias a desarrollar (liderazgo, trabajo en equipo, toma de decisiones, habilidades de dirección, habilidades de organización de personas, comunicación, coordinación, team building...

▪ **Realización de actividades:** durante una jornada se realizan al aire libre una serie de actividades como por ejemplo: puente de oso, tirolina horizontal, tiro con arco, campo de minas, tela de araña, construcción de prototipo... etc.

▪ **Reflexión:** los participantes reflexionan acerca de las experiencias vividas, comentándose situaciones y sacando conclusiones con el objetivo de establecer puntos en común y alcanzar compromisos individuales de acción.

CLAUSTRO DE PROFESORES

ALFREDO PERUCHO

- Licenciado en Dirección de Empresas. - ICADE
- Ingeniero Técnico Industrial.
- Experto en Comunidades Europeas. Ministerio de Asuntos Exteriores.
- Consultor de Márketing

CARLOS OLIVEIRA SANCHEZ - MOLINÍ

- Director Académico del Programa
- Business unit Team Leader - Johnson & Johnson
- Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales
- MBA IESE

ÁLVARO MARTÍN-MORÉ

- Key Account Manager - Johnson & Johnson
- Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales
- MBA IE

SUSANA RODRÍGUEZ QUEIZÁN

- Product Manager - Johnson & Johnson
- Licenciado en Derecho (ICADE)
- MBA IESE

JORGE GAGO SANTIBAÑEZ

- Trade Category Manager - Johnson & Johnson
- Licenciado en Ciencias Económicas y empresariales
- MBA IE

LUIS COLORADO RUIZ

- Director de Desarrollo Comercial - La Caixa
- Licenciado en Ciencias Económicas y empresariales
- MBA IESE

FERNANDO SANFIZ CARVAJAL

- Category Manager D.P.H. - Supermercados Día
- Licenciado en Ciencias Económicas y empresariales

EVA CASAL

- Gerente de compras y logística - Laboratorios Aventis
- Licenciado en Magisterio
- Master en Logística Integral

LLANOS VERDÚ

- Responsable de RRHH - Johnson & Johnson
- Licenciado en Ciencias Económicas y empresariales
- Master en prevención de Riesgos Laborales

ARTURO NEVADO

- Marketing Manager - Leche Pascual
- Licenciado en Ciencias Económicas y empresariales
- MBA IESE

ANA GONZALEZ

- Directora de Planificación de medios - Initiative Media
- Licenciado en Ciencias Económicas y empresariales
- MBA IESE

VICTOR MARTINEZ

- Director Creativo y Socio Fundador - Avant Diseño y Comunicación
- Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas



JAVIER NAVARRO

- Abogado y Socio Fundador - Despacho 99 abogados
- Licenciado en Derecho

JOSE LUIS NAVARRO

- Empresario de hostelería
- Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales
- MBA IE

EMILIANO MATA BERMEJO

- Vicepresidente Construcciones Aeronáuticas, S.A. (CASA España).
- Ingeniero Aeronáutico.
- Master en Dirección y Administración de empresas

JAVIER RUIZ DE OJEDA ZORITA

- Dirección de Marketing Estratégico en Construcciones Aeronáuticas, S.A. (CASA).
- Ingeniero Aeronáutico.
- Diplomado en Dirección de Empresas.

JACINTO LÓPEZ SÁNCHEZ

- Vicepresidencia de Relaciones internacionales en Construcciones Aeronáuticas, S.A. (CASA).
- Ingeniero Aeronáutico.
- Diplomado en Dirección de Empresas.

JESÚS LÓPEZ FERRERAS

- Responsable de Marketing de Psicotec, S.A.
- Consultor de Marketing
- Licenciado en Económicas
- Master en Dirección y Administración de empresas IE

ANDRÉS SÁNCHEZ

- Responsable de medios Young & Rubicam- The Media Edge
- Licenciado en Publicidad
- Graduado en ASAS (Advanced seminar for advertising skills)

BERNARD ZELLE

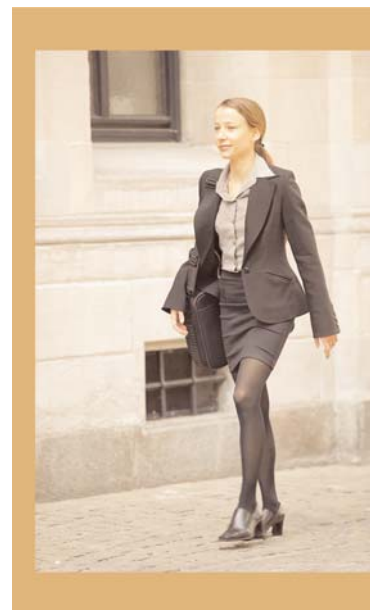
- Responsable del área de negocio CRM de Realtech España.
- Master en Business Administration e Informática por la universidad de Darmstadt

JUAN LUIS VILLAVERDE

- Consultor Comercio Exterior
- Licenciado en Derecho y Ciencias Sociales
- Diplomado en Comercio Exterior

ANTONIO ALONSO

- Experto homologado en Comercio Exterior
- Director EEN
- Licenciado en Ciencias Físicas
- Master en Dirección y Administración de Empresas



FLOR ARROYO

- Licenciada en Químicas
- Master en Dirección y Administración de Empresas MBA (EEN)
- Especialista en Gestión de PYMES.
- Consultora especialista en Comercio Exterior. Programa PIPE 2000.

JOSÉ MANUEL PARDO ÁLVAREZ

- Gerente TEA CEGOS
- Ingeniero Agrónomo UPM
- Master en Gestión de Calidad Total EOI

JUAN JOSÉ MARCOS

- Diplomado en CC. Empresariales y Económicas
- Bachelor in Business Administration (B.B.A.)
- Master en Dirección de Empresas, M.B.A. (EEN)
- Profesor- Consultor Free Lance. Programas Master MBA y Recursos Humanos.
- Experto en Dirección Económico.Financiera, Tutor de Proyectos MBA,
- Teamworking y Gestión eficaz de Equipos

JOSÉ A. HERNÁNDEZ MUÑOZ

- Managing Director Offilog
- Consultor tecnológico y de desarrollo de software en compañías como: Ericsson, Digital Equipment, Telefónica y Compaq.
- Es autor de 5 libros sobre SAP R/3, entre ellos el "SAP R/3 Handbook" que ha sido el más vendido de su área en todo el mundo.
- Ingeniero de Informática y Licenciado en Filología Hispánica

SANTIAGO GARCÍA.

- Director de Diseño 10
- Realizador de spot en televisión.
- Licenciado en Ciencias de la Información.

CARLOS HERNÁNDEZ.

- Consultor free lance de habilidades directivas.
- Licenciado en Sociología.

