

INFORMACIÓN

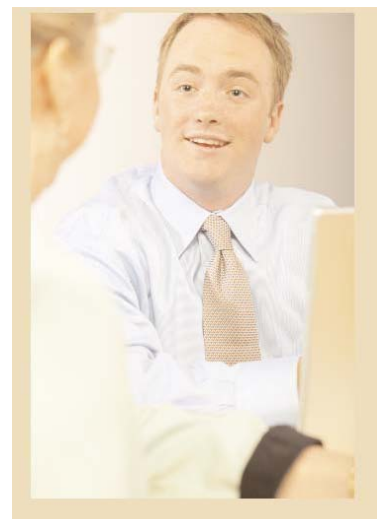
MMV VERSIÓN EXECUTIVE



MMV Master en Marketing y Ventas

Escuela Europea de Negocios

- **EEN** es una de las más destacadas instituciones de formación en España, este hecho viene avalado entre otros por:
 - 21 años de permanencia en el sector. Desde 1986 lleva impartiendo programas Master.
 - Más de **7.000 alumnos graduados** que forman parte de nuestra comunidad.
 - El **reconocimiento** por parte de diferentes medios especializados:
 - El Mundo (Campus) 22/04/2002 en su artículo MBA: Un valor seguro para entrar de lleno en el mundo de las empresas comenta que EEN es un valor seguro y la sitúa en tercer lugar por detrás de las que considera con mayor prestigio.
 - Ranking de la revista Actualidad Económica del 17/11/2003 y del portal www.todomba.com en donde **EEN** ocupa puestos destacados.
 - El Mundo (Campus) 19/04/2006 en el especial MBA sitúa a EEN entre las **10 primeras** escuelas de España en todas las categorías estudiadas.
- De este modo está considerado como uno de los programas con una **mejor relación calidad-precio**. (Ver catálogo institucional y www.een.edu).
- De los alumnos que decidieron realizar su programa master en **Escuela Europea de Negocios**, en la Versión Executive, además de los conocimientos adquiridos, **el 86 % consiguió una clara mejora** de su situación laboral con respecto al momento de comenzar el Master, bien por encontrarse más cómodos y más seguros en el desarrollo de su trabajo, bien por optar a puestos de mayor rango dentro de sus empresas o en otras organizaciones.
- Nuestro **enfoque** es muy **innovador**, adaptándonos a los nuevos requerimientos del mercado. De este modo el programa consta de 500 horas que se dividen en Área de Conocimientos y Área de Herramientas Profesionales, en aras a lograr una **capacitación profesional integral** y a cumplir nuestra misión: **Formar profesionales del siglo XXI**.
- Una vez terminado el master el alumno tendrá una **visión global y operativa** de las áreas de Marketing y Ventas, además de presentar una serie de habilidades personales y profesionales muy demandadas por parte de los directores de Recursos Humanos (comunicación, trabajo en equipo, proactividad, capacitación tecnológica, inglés profesional...) lo que aportará un gran **valor añadido**.





MMV. Master en Marketing y Ventas

PROGRAMA MMV VERSIÓN EXECUTIVE 500 HORAS



▾ A) ÁREAS DE CONOCIMIENTO

- 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. EMPRESA Y MARKETING (Herramientas de gestión)

- a. La planificación de marketing

II. INTRODUCCIÓN AL ENTORNO ECONOMICO (Macro y micro)

III. PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO DE MARKETING

- a. Misión, visión, valores
- b. Fuerzas competitivas y estrategias genéricas
- c. Análisis de la cartera

IV. ANÁLISIS ECONÓMICO - FINANCIERO

- a. **Gestión financiera para el marketing**
- b. **Presupuestos y control**

V. SISTEMAS DE INFORMACIÓN E INVESTIGACIÓN EN MARKETING

- a. **Investigación comercial**
- b. **estadística aplicada al marketing**

VI. SEGMENTACIÓN COMERCIAL

- a. **Estructura de la demanda**
- b. **técnicas de segmentación**

VII. PARTE OPERATIVA

- a. **La proposición de venta: el posicionamiento**
- b. **El producto**
- c. **El precio**
- d. **La distribución**
 - i. Distribución
 - ii. Merchandising
 - iii. Trade marketing
 - iv. Franquicias
 - v. Supply chain management
- e. **Comunicación**
 - i. Publicidad y medios publicitarios
 - ii. Relaciones públicas
 - iii. Crm y marketing directo
 - iv. E-marketing; e-strategy
 - v. Redes sociales - Net-working
- f. **Promoción y marketing promocional**



VIII. AMBITOS DE ACTUACIÓN

- a. **Marketing de servicios**
- b. **Marketing industrial**

IX. PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE MARKETING. EL PLAN DE MARKETING

X. GESTION Y DIRECCIÓN COMERCIAL. PLANIFICACIÓN VENTAS

XI. MARKETING INTERNACIONAL

- a. Mercados internacionales y globalización
- b. Comercio exterior y financiación internacional

XII. COMPETENCIAS DE MARKETING

- a. **Area de introducción y habilidades**
 - i. Técnicas de presentación
 - ii. Liderazgo. Comunicación interpersonal
 - iii. Dirección de equipos
- b. **PROCESO COMERCIAL**
 - i. Técnicas de venta
 - ii. La negociación comercial
 - iii. La gestión de cuentas clave

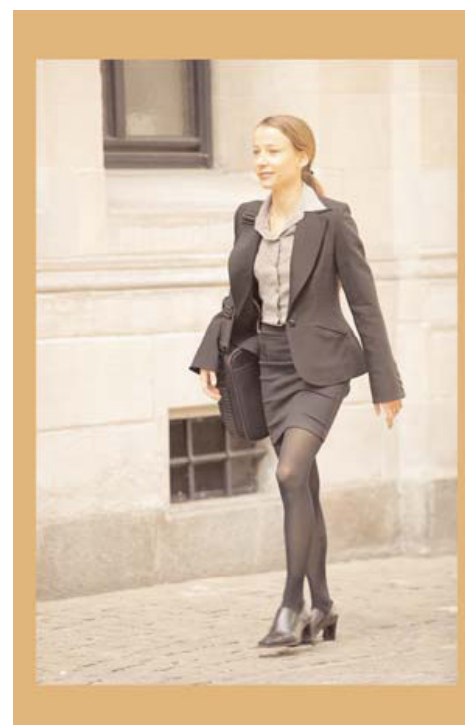
XIII. ELABORACIÓN DEL PROYECTO FIN DE MASTER

- a. Tutorías de preparación y de seguimiento de proyectos
- b. La defensa del proyecto

XIV. REALIZACIÓN DE CASOS

- a. Trabajos complementarios a las sesiones de clases
- b. Clases de resoluciones de ejercicios
- c. Aplicaciones prácticas de la toma de decisiones
- d. Implementación en el proyecto final
- e. Uso de la tecnología en la resolución de ejercicios simulaciones

XV. DEFENSA DEL PROYECTO



▣ B) Área de Herramientas Profesionales

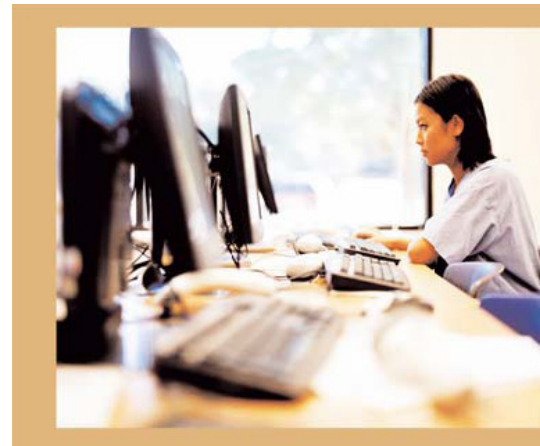
- A través de experiencias el **alumno** desarrollará una serie de **habilidades comunes** para cualquier tipo de profesional que le proporcionarán un posicionamiento destacado. **Escuela Europea de Negocios** es pionera en el desarrollo de estas sesiones.

I. DIRECCIÓN DE PROYECTOS

- a. Las nuevas formas de dirigir proyectos
- b. Metodología de proyecto
- c. Las diferentes etapas
- d. La ejecución
- e. Optimización de las reuniones

II. COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y PRESENTACIONES EFICACES

- a. Bases de la comunicación corporativa
- b. Gestión de la imagen corporativa
- c. Auditorias de comunicación
- d. Gestión de crisis
- e. Relación con los medios de comunicación
- f. Plan estratégico de comunicación
- g. Bases de la comunicación personal
- h. Estrategias de presentación
- i. Comunicación eficaz
- j. Estilos de presentación
- k. Planificación estratégica de la presentación
- l. Participaciones de los alumnos



III. OUTDOOR TRAINING

- 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, tirolesa 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

FRANCISCO MISIEGO

- Licenciado en Derecho. Universidad Complutense de Madrid
- Diploma de Estudios Avanzados en Derecho de las Nuevas Tecnologías (Capacitación Docente y Suficiencia Investigadora) 2000-2003 Facultad de Derecho de la UNED
- European Certificate in Direct and Interactive Marketing (FEDMA)
- Actualmente Director de Grandes Cuentas y productos especiales y de seguro en la Unidad de tarjeta y Grandes Acuerdos
- Cuenta con una experiencia profesional de 22 años en Banca, Seguros, Consumo, Riesgos y mercado de capitales en el Grupo Santander.
- Ha participado en creación de marcas blancas financieras, departamentos especializados, negocios de intermediación, lanzamiento de acuerdos de tarjeta, etc.
- Creador y fundador del proyecto marketlaw, ha participado en proyectos de marketing de pueblos temáticos y proyectos de Turismo Rural.

LUIS DEL ARCO

- Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Complutense de Madrid
- Master en Dirección de Empresas de Automoción. IE Business School
- Ha trabajado en puestos de Dirección en las áreas de Marketing, Ventas, Logística, Análisis, y Planificación.
- Tiene experiencia también en gestión de Administración, Contabilidad, Tesorería y Finanzas, habiendo sido también Controller, en empresas del Grupo Fiat, y del Grupo Philips, con responsabilidades a nivel de Comité de Dirección.
- Gestión estratégica de departamentos clave de empresas multinacionales.
- Dirección de Marketing, Ventas, Logística, Análisis, y Planificación, con dependencia jerárquica en España, y funcional a nivel de HQ.
- Representación de la compañía en Instituciones Sectoriales (Ganvam, Anfac, Aniacam, Eurotax).

JAVIER ORTEGO

- Licenciado en Ciencias Biológicas. Universidad Autónoma de Madrid
- MBA (IE Business School / London Business School)
- Marketing Management, Columbia University



- Ha ocupado puestos de Dirección en Marketing, Ventas y Dirección General en empresas como Coca-Cola, Mars, Schweppes, San Miguel o QDQ, con responsabilidades a nivel europeo.
- Actualmente consejero delegado de Carlandia International y Active Power Training (APT) con clientes de consultoría y formación como Renault, Fiat, Peugeot, Nestlé, Philips o DHL.

JOSÉ MANUEL DÍEZ DE LA LASTRA

- Licenciatura de Derecho, Universidad Complutense de Madrid.
- Licenciatura de Gestión Comercial y Marketing.
- Cursos de especialización (Universidad Internacional Menéndez Pelayo, Universidad Boconi-Milán, IE Business School, Escuela de Comercio-Toulouse)
- Ha sido Directivo en Empresas de servicios, producción y distribución (McCann–Erickson, Esso–Standard–Oil, Electrónica Profesional, Compañía Internacional de Exportación e Importación, Industrias Químicas Procolor y Compañía de Distribución de Exclusivas)
- Como director del Despacho Díez de la Lastra & consultores de marketing, realizando actividades para Aldeasa, Grupo IFA, MILAR, Cadena SER, Grupo Dragados, Vía Digital, Grupo Generala, INSA, Centro Médico VC, DIFARE...).

FRANCISCO J. ELVIRA

- Lic. en Ciencias Económicas Y Empresariales. Universidad Autónoma de Madrid
- INTER EQUIPOS NAVALES SA, puesto de Asisstant a los directores Financieros, de Producción y posteriormente del Director General especialmente en las áreas Comercial y de Marketing
- Director de Marketing en CIGNA INSURANCE COMPANY OF EUROPE SA NV.
- Director de Marketing y Ventas en DUN & BRAADSTREET INTERNATIONAL.
- Director de Marketing en EQUITY & LAW LIFE INSURANCE COMPANY.
- En 1.989 funda DIRECT RESPONSE MARKETING de la que es Consejero Delegado. Como responsable de Direct Response Marketing desarrolla Consultoría y Servicios de Agencia de Marketing Directo para empresas.
- Con una profunda especialización en Finanzas y Seguros tiene como clientes a AEGON, ARESA, ATHENA, AURORA POLAR, AXA, CIGNA, GENESIS, MAPFRECAJASALUD, ING NATIONALE NEDERLANDEN, PACIFICO PERUANA DE SEGUROS, Pelayo, PREVIASA, PREVENTIVA, UNIAL, ZURICH, y empresas relevantes de otros sectores como MICROSOFT, ONO, ROAN, TOYOTA y USF, entre otros.

ALEJANDRA POLACCI

- Licenciada en Derecho y en Ciencias Empresariales y Administración de Empresas (ICADE E-3).
- Master en Asesoría Jurídica.
- Programa de Dirección General Internacional (GSMP) por el IE Business School y la Universidad de Chicago.
- Programa de Dirección General Comercial por el IESE.
- Actualmente Directora Gerente de Madrid Excelente (Comunidad de Madrid, CAM)
- Miembro del Patronato Nato de la Fundación Mecenazgo y Patrocinio Social
- Miembro del Consejo Asesor de la Fundación Pons



MIGUEL ORTEGO

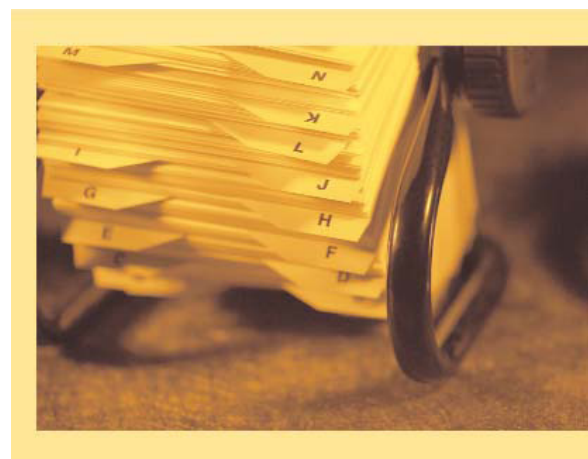
- Lic. Ciencias Económicas Y Empresariales. Universidad Complutense de Madrid
- Ha trabajado en el sector bancario con posiciones de Dirección de Sucursales
- Dirección Comercial de empresas y productos financieros y Dirección Comercial inmobiliaria
- Dirección de ventas y de equipos
- Internacional con la selección nacional de Hockey Hierba, con participación en dos Juegos Olímpicos (Barcelona y Seúl) y habiendo recibido entrenamiento en trabajo en equipo y áreas varias de habilidades directivas y encaminadas al logro.

FERNANDO MOROY

- Licenciado en Ciencias Físicas
- Master en Dirección y Administración de empresas IESE
- Director de Convenios y grandes colectivos de la Caixa

EMILIANO MATA

- Ingeniero Aeronáutico (E.T.S.I.A.)
- Master en Administración y Dirección de Empresas (ICADE)
- Diplomado en Dirección de Empresas (EOI/Manchester Business School)
- Diplomado en Defensa Nacional (CESEDEN)
- EADS CASA, Director de Relaciones con la Defensa



JAVIER RUIZ

- Ingeniero Aeronáutico
- Diplomado en Dirección de Empresas (EOI/Manchester Business School, 1988)
- Diplomado en Altos Estudios de la Defensa Nacional (CESEDEN, 2002).
- Director de Coordinación y Relaciones Internacionales en la Vicepresidencia Ejecutiva de Relaciones Institucionales España (Corporación EADS)

MARCIANO SÁNCHEZ

- Doctorado en Pedagogía.
- Licenciado en Derecho.
- Diplomado en Dirección y Administración de Empresas.
- Master Executive en Gestión y Creación De Empresas Turísticas (EOI).
- Master Executive de Gestión y Control de Calidad en Empresas de Servicios (EOI).
- Master Business Administration (EEN).
- Master En Contabilidad Tributación Y Asesoría Fiscal (CEG).
- Consultor Financiero y Estratégico.

JACINTO LÓPEZ SÁNCHEZ

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

ANDRÉS SÁNCHEZ

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

JAVIER CAMACHO

- Ingeniero informático
- Microsoft Certified Professional. Microsoft (España).
- Beta Tester de diferentes tecnologías y herramientas de Microsoft.
- Diplomado en Calidad (ISO 9001:2000 y Aseguramiento de la Calidad en procesos de desarrollo de Software CMMi)
- Experto en Windows Operating System for Developers.

ANTONIO ALONSO

- Licenciado en Ciencias Físicas UAM
- Experto homologado en Comercio Exterior
- MBA (EEN, Escuela Europea de Negocios)
- Director General EEN, Escuela Europea de Negocios

FLOR ARROYO

- Licenciada en Químicas UAM
- MBA (EEN, Escuela Europea de Negocios)
- Especialista en Gestión de PYMES.
- Consultora especialista en Comercio Exterior. Programa PIPE .

CRISTINA SHIMA

- Lcda. En Derecho, UNIV. De Salamanca
- MBA (EEN, Escuela Europea de Negocios)
- Especialista en Gestión Comercial

LORENZO MELLADO

- Master en Administración de Empresas (MBA)
- Licenciado en Administración de Empresas
- Diplomado en Ciencias Empresariales
- Tutor de Proyectos

JUAN JOSÉ MARCOS

- Bachelor in Business Administration (B.B.A.)
- MBA (EEN, Escuela Europea de Negocios)
- Tutor de Proyectos MBA

JOAQUÍN MOURIZ

- Licenciado en Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid
- Postgrado en Producción Audiovisual. Universidad de California Los Ángeles, UCLA
- MBA (EEN, Escuela Europea de Negocios)
- Director de Comunicación. Asociación Nacional de Empresas de Internet, ANEI
- Director de Comunicación. IG-Investiga. Gallup Organization



Metodología y Sistema de Evaluación

- Nuestra **metodología** es **eminente práctica** y muy **exigente** ya que contamos con un grupo de profesionales de máximo nivel muy experimentados para impartir cada una de las áreas.
- Del mismo modo **empresas y consultores destacados** colaboran permanentemente con EEN en el diseño, desarrollo y ejecución del programa para adaptarlo a la realidad del momento.
- A lo largo del curso los alumnos realizarán múltiples casos, tests de seguimiento y **un proyecto** para el cual se asignará uno o varios consultores directores de proyecto, presentándolo y defendiéndolo en la última sesión.
- La **valoración final** estará compuesta por: Casos y trabajos personales o en equipo (30%), controles de seguimiento (20%) y proyecto (50%), no permitiéndose más de un 20% de faltas de asistencia.
- En el acto de presentación del curso se entregará a cada participante un manual del alumno en el cual se establece la planificación de las clases y de las reuniones con los directores de las distintas áreas, el reglamento académico así como toda la información necesaria para el desarrollo del programa.

Calendario y Horario

Existen dos convocatorias: **Octubre y Febrero.**

La sede elegida le informará del horario de las clases.

Proceso de Admisión

- El número máximo de alumnos por aula es de 30, por lo que se establece unas series de entrevistas para evaluar la conveniencia de realizar el master.
- Los pasos a seguir son los siguientes:
 1. **Llamar** por teléfono a la sede en la que se desea cursar (ver Tfños. en www.een.edu) y preguntar por el **Dto. de admisiones** para **concertar cita**.
 2. **Entrevista** con el responsable del **Dto. de Admisiones**, quien recogerá la documentación aportada por el aspirante e informará acerca del programa.
 3. **Entrevista** con el **Dir. del Programa**, con el fin de valorar su perfil y contestar a posibles dudas.
 4. En **48 horas** se envía al aspirante una **carta** notificando, en su caso, la **admisión** e indicando el proceso para Formalizar la Matrícula.
 5. La **documentación** necesaria a aportar en el Proceso de Admisión es la siguiente:
 - **Solicitud de preinscripción**
 - **Curriculum vitae**
 - **3 fotografías tamaño carnet**
 - **Fotocopia del D.N.I**
 - **Fotocopia del Título Universitario o certificado de calificaciones**



- Fotocopia del contrato de trabajo o nómina
- Para los alumnos extranjeros, 2 cartas de recomendación

* Es requisito encontrarse trabajando en el momento de comenzar el master.

▣ Precio y Forma de Pago

Importe Total:	10.550,00€
Forma de Pago:	Matrícula: 1.750,00 €
A.-	3 Recibos: 2.934,00 €
B.-	10 Recibos: 917,00 €