

Master en Dirección Comercial y Marketing

OBJETIVO

El objetivo de este programa es no sólo transmitir conocimientos técnicos sino también **entrenar** al alumno en las habilidades y actitudes necesarias para el desempeño de las funciones directivas al máximo nivel, aunando la teoría con la **práctica** y facilitando el aprendizaje a través de experiencias, con el fin de obtener una visión global del mundo de los negocios.

Cerem imparte formación **avanzada**, manteniendo un elevado nivel de **calidad** mediante un excelente equipo de profesores y tutores, que son profesionales en activo y especialistas en sus respectivas áreas técnicas.

Los más de 100.000 alumnos que han pasado por la Escuela acreditan la calidad, el excelente nivel y la practicidad de los contenidos y del sistema de formación, impartido en la modalidad online utilizando las **últimas tecnologías de e-learning** .

PERSONAS A LAS QUE ESTA DIRIGIDO

El Master en Dirección Comercial y Marketing está dirigido a empresarios y cuantas personas se sientan emprendedoras e innovadoras y quieran obtener un conocimiento de las principales áreas de gestión de la empresa relativas al área de marketing y ventas.

También está dirigido tanto a los titulados universitarios que aspiren a convertirse en directivos de marketing como a personas con experiencia que pretendan desarrollar su carrera profesional dentro del área de Dirección Comercial y Marketing.

Más información en www.cerem.es

MASTER EN DIRECCION COMERCIAL Y MARKETING

ESTRUCTURA DEL MASTER

CONTENIDOS DEL TEMARIO

Cerem imparte formación avanzada, manteniendo un elevado nivel de calidad, mediante un excelente equipo de profesores y tutores, que son profesionales en activo y especialistas en sus respectivas áreas técnicas.

Esquema de los Contenidos del Programa

El programa está dividido en **módulos** obligatorios y optativos. **Cada módulo consta de varios temas de estudio.**

Módulos Obligatorios (25)

Liderazgo y Toma de Decisiones

1. Nuevas Formas de Dirección y Liderazgo
2. Habilidades Directivas de Comunicación
3. Coaching como Ayuda al Directivo
4. Cultura Empresarial

Marketing I

5. Estrategias de Marketing
6. Posicionamiento Estratégico
7. Investigación del Mercado
8. Decisiones Estratégicas de Marketing

Marketing II

9. Productos Orientados al Cliente
10. Política de Precios Competitivos
11. Almacenamiento y Distribución de Productos

Marketing III

12. Estrategias de Marketing Internacional

13. Plan de Marketing
14. Comunicación e Imagen Corporativa

Marketing Online y Venta por Internet

15. Marketing Online y Venta por Internet
16. Marco Jurídico del Comercio Electrónico

Ventas I

17. Estrategia Comercial
18. Plan de Ventas
19. Organización Comercial
20. Dirección de Ventas
21. Promoción Comercial

Ventas II

22. Selección y Motivación del Equipo de Ventas
23. Técnicas de Ventas
24. Bases de Datos
25. Venta a Empresas y Presentación de Ofertas

Módulos Optativos (a elegir 3)

1. Estrategia de Integración y Gestión del Cambio
2. Contabilidad para Directivos
3. Gestión de Personal
4. Prevención de Riesgos Laborales
5. Gestión Medioambiental
6. Energías Renovables y Mercado Energético

7. Responsabilidad Social Corporativa
8. Innovación y Tecnología
9. Gestión de Proyectos
10. Protección de Datos
11. Gestión de la Seguridad de la Información

Más información en www.cerem.es

MASTER EN DIRECCION COMERCIAL Y MARKETING

MÓDULOS OBLIGATORIOS

LIDERAZGO Y TOMA DE DECISIONES

El objetivo de este área del master es dotar al alumno de los conocimientos y capacidades de análisis necesarios para tomar Decisiones y formular Estrategias de Innovación y Crecimiento en un mercado de competencia global y en permanente transformación, apostando por el pensamiento estratégico y formándole en las habilidades y competencias de Liderazgo, Comunicación y Gestión del Cambio como grandes retos del Liderazgo en el Siglo XXI.

1. Nuevas Formas de Dirección y Liderazgo

- Nuevo Estilo de Liderazgo
- Modelos de Liderazgo
- Funciones Básicas de Dirección
- Planificación
- Análisis Estratégico Externo, Interno e Integrado
- Diseño y Formulación de Estrategias
- Herramientas de Dirección Estratégica
- Resolución de Problemas y Toma de Decisiones

2. Habilidades Directivas de Comunicación

- Técnicas de Comunicación
- Comunicación Interna en la Empresa
- Eficacia de la Información Escrita
- Técnicas de Trabajo en Equipo
- Dirección de Reuniones
- Presentaciones Orales Eficaces
- Negociación
- Uso Eficaz del Tiempo
- Relaciones Públicas en la Empresa
- Protocolo Empresarial

3. Coaching como Ayuda al Directivo

- El Coaching como Herramienta de Cambio
- El Líder Coach
- Competencias del Coach
- Proceso de Coaching
- Herramientas de Coaching

4. Cultura Empresarial

- Misión. Valores Corporativos. Procesos de Cambio
- Impacto en la Cuenta de Resultados
- Modelos de Cultura Corporativa

Más información en www.cerem.es

MASTER EN DIRECCION COMERCIAL Y MARKETING

MARKETING

Desarrollo de estrategias de innovación y crecimiento, investigación de mercados, posicionamiento estratégico, gestión de la empresa como marca, comunicación, imagen corporativa y plan de marketing orientados a la Toma de Decisiones.

MARKETING I**1. Estrategias de Marketing**

- Estrategias en tiempos de crisis
- Estrategias Competitivas y Diferenciación
- Estrategias de Crecimiento, Expansión y Diversificación
- Benchmarking
- Lanzamiento de Nuevos Productos

2. Posicionamiento Estratégico

- Selección de Competidores y Mercados
- Posicionamiento Estratégico de Productos
- Modelos de Diagnóstico. Cadena de Valor
- Posicionamiento en Buscadores de Internet
- Digital Marketing. Marketing y Redes Sociales

3. Investigación del Mercado

- Perfil de los Nuevos Consumidores
- Análisis de los Consumidores
- Investigación de Mercados
- Técnicas de Investigación de Mercados
- Métodos de Investigación

4. Decisiones Estratégicas de Marketing

- Producto como Elemento de Diferenciación
- El Servicio
- Posicionamiento
- Decisiones Estratégicas de Mercados
- Precio como Variable Estratégica
- Estrategia de Costes
- Estrategias de Comunicación

MARKETING II**1. Productos Orientados al Cliente**

- Marketing Orientado al Cliente
- Creación y Oferta de Productos
- Desarrollo de Productos y Catálogo
- Product-Manager

2. Política de Precios Competitivos

- Estrategia de Precios
- Tipos de Mercado y su Relación con los Precios
- Normas sobre el Nivel de Precios
- Control Empresarial de Precios
- Experimentación en la Fijación de Precios

Más información en www.cerem.es

MASTER EN DIRECCION COMERCIAL Y MARKETING

3. Almacenamiento y Distribución de Productos

- Diseño de Canales de Distribución
- Estructuras de Distribución
- Gestión y Control
- Logística
- Gestión de Stocks
- Localización Óptima de Almacenes
- Modelos E.O.Q.

MARKETING III

1. Estrategias de Marketing Internacional

- Comercio Exterior
- Negociación Internacional
- Estrategias de Penetración
- Transporte Internacional

2. Plan de Marketing

- Establecimiento de Objetivos. Presupuesto de Marketing
- Planificación por Escenarios. Cronograma de Actividades
- Marketing Estratégico y Marketing Mix

3. Comunicación e Imagen Corporativa

- Imagen Corporativa. Marca y Packaging
- Medios de Comunicación. Plan de Comunicación
- Estrategias de Comunicación en Internet

MARKETING ONLINE Y VENTA POR INTERNET

1. Marketing Online y Venta por Internet

- Internet como Catalizador de Negocio
- e-Business
- Estructura y Posicionamiento de la Página Web

DIRECCION COMERCIAL

Análisis e implantación de la estrategia y planificación comercial, la gestión de la fuerza de ventas, la política de comunicación y promoción de la marca, la imagen corporativa y los productos de la empresa.

VENTAS I

1. Estrategia Comercial

- Estrategia y Planificación Comercial
- Departamento de Planificación Comercial
- Las Nuevas Estrategias Comerciales
- La Gestión del Cambio del Área Comercial
- Medición Estratégica del Cambio
- Eficacia Comercial. "Sistemas de Coaching"
- La Dirección Estratégica de las Pymes

Más información en www.cerem.es

MASTER EN DIRECCION COMERCIAL Y MARKETING

2. Plan de Ventas

- Tendencias Innovadoras. Determinación de Objetivos
- Cuota de Mercado
- Plan de Desarrollo Comercial

3. Organización Comercial

- Estructura de la Organización Comercial
- Organización del Equipo de Ventas
- Red de Ventas
- Dimensionamiento de la Fuerza de Ventas
- Zona y Territorio de Ventas
- Ruta de Ventas

4. Dirección de Ventas

- Planificación del Sistema de Ventas
- Acciones Comerciales
- Gestión y Técnicas de Ventas
- Rol del Director de Ventas
- Coordinador entre Canales y Ventas
- Trade Marketing
- Supervisión de Ventas

5. Promoción Comercial

- Funciones de la Promoción de Ventas
- Acciones y Técnicas de Promoción
- Promoción en el Punto de Venta
- Incentivos Promocionales
- Campañas
- Merchandising
- Análisis de la Rentabilidad

VENTAS II

1. Selección y Motivación del Equipo de Ventas

- Selección del Equipo Comercial
- Formas de Contratación
- Motivación del Equipo
- Promoción y Satisfacción en el Trabajo
- Código de Recompensas
- Evaluación y Control

2. Técnicas de Ventas

- Proporción de Ventas
- Raport y Controles de la Acción Telefónica
- Contactos de Ventas
- Proceso de Ventas
- Objeciones y Contraobjeciones
- Cierre de Ventas
- Formas de Cierres

3. Bases de Datos

- Segmentación de Listas y Base de Datos
- Oferta, Creatividad y Medios
- Marketing Directo como Promoción de Ventas
- E-Mail y Mailing

Más información en www.cerem.es

MASTER EN DIRECCION COMERCIAL Y MARKETING

4. Venta a Empresas y Presentación de Ofertas

- Transacciones entre Empresas
- Cliente Industrial
- Venta de Intangibles
- Venta Financiera y de Seguros
- Venta Inmobiliaria
- Otros Tipos Sectoriales de Venta
- Presentación de Ofertas Comerciales

MÓDULOS OPTATIVOS

1. Estrategia de Integración y Gestión del Cambio

- Niveles de Integración
- Dirección Participativa
- Modelo de Integración
- Satisfacción y Expectativas
- Desarrollo Organizacional
- Gestión e Implantación del Cambio

2. Contabilidad para Directivos

- Gestión Contable
- Inmovilizado
- Amortizaciones
- Cuentas de Gastos e Ingresos
- Cuentas Anuales

3. Gestión de Personal

- Contratos de Trabajo
- Contratos con Bonificación
- Despido Disciplinario
- Confección de Nóminas
- Inscripción y Afiliación
- Cotización

4. Prevención de Riesgos Laborales

- Prevención de Riesgos Laborales
- Planificación de la Prevención
- Accidentes y Enfermedades Profesionales
- Incendios
- Señalización
- Primeros Auxilios
- Condiciones de Seguridad
- Equipos de Protección Individual
- Lugares de Trabajo y Condiciones Laborales
- Ergonomía y Psicología Aplicada

Más información en www.cerem.es

MASTER EN DIRECCION COMERCIAL Y MARKETING

5. Gestión Medioambiental

- Sistemas de Gestión Ambiental (Ciclo de Deming)
- Comparativa entre Normas y Estándares
- Procesos de Seguimiento y Medición
- Reglamento EMAS
- Control de los Recursos de Gestión Ambiental
- Memoria de Sostenibilidad
- Responsabilidad Ambiental

6. Energías Renovables y Mercado Energético

- Producción de Energía
- Energías Renovables
- Energías No Renovables
- Eficiencia Energética. Marco Regulador

7. Responsabilidad Social Corporativa

- Responsabilidad Social Empresarial
- Gestión Interna de la RSC
- Modelos para la RSC
- Pacto Mundial de Naciones Unidas
- Norma SA 8000. UNE 26000 y UNE 165010:2009
- Norma AA 1000
- Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable (SGE 21)
- Global Reporting Initiative (GRI)

8. Innovación y Tecnología

- Innovación y Éxito Empresarial
- Tecnologías de la Información

9. Gestión de Proyectos

- La Gestión de Proyectos como Reto
- Definición del Proyecto
- Estrategia y Roles
- Planificación del Proyecto
- Gestión de Costes y Riesgos
- Control y Seguimiento

10. Protección de Datos

- La Protección de Datos
- Principios de Protección de Datos
- Protocolo de Atención a los Derechos de Acceso
- Acceso a los Datos por Terceros
- Medidas de Seguridad
- Transferencia Internacional de Datos
- Infracciones y Sanciones

11. Seguridad de la Información

- Normativa Aplicable
- Implementación de Sistemas de Gestión
- Auditoría de Sistemas de Gestión
- Gestión de la Continuidad del Negocio
- Riesgos Jurídicos Asociados a la Seguridad de la Información

Más información en www.cerem.es

MASTER EN DIRECCIÓN COMERCIAL Y MARKETING

METODOLOGIA

MATERIAL DE ESTUDIO Y CASOS PRACTICOS

El Master en Dirección Comercial y Marketing cuenta con un material de estudio **claro, sistemático y práctico**, utilizable posteriormente como Manual de Consulta profesional, de forma que permita gestionar el tiempo con máximo aprovechamiento.

El programa se cursa online, basado en las últimas tecnologías de e-learning, y destaca por su alto grado de **flexibilidad**. El aprendizaje se realiza mediante casos prácticos obtenidos del ámbito de **la consultoría y la realidad empresarial**, utilizando documentación real, cuadros de mando, formularios, modelos de desarrollo directivo y modelos de simulación, de forma que se realice el máximo de práctica posible y se viva la vida real de la empresa.

MANUALES DE CONSULTA, ACTUALIZACION Y ASESORAMIENTO

Cerem siempre ha fomentado el establecimiento de vínculos entre los alumnos, profesores y empresas, con un enfoque permanente de **excelencia y servicio**. Los antiguos alumnos destacan que la **confianza** inspirada por la Escuela fue decisiva a la hora de elegirla, además de las referencias de otros alumnos, que supieron apreciar la calidad, metodología, claridad expositiva y practicidad de sus contenidos, utilizables posteriormente como Manuales de Consulta profesional.

Una faceta muy importante que distingue a Cerem es el servicio de Asesoramiento por parte de nuestros profesores y consultores (tanto durante la duración de los programas como una vez finalizados) en la aplicación práctica al ámbito concreto de su actividad profesional de los conocimientos y habilidades adquiridas.

CAMPUS ONLINE

La Escuela pone a disposición del alumno un campus online adaptado a los últimos avances tecnológicos, que desarrolla el aprendizaje y facilita la comunicación tanto con el tutor como con otros alumnos.

Más información en www.cerem.es

MASTER EN DIRECCION COMERCIAL Y MARKETING

INFORMACION ACADEMICA

DURACION

La duración prevista es de 9 meses. No obstante, el alumno puede ampliarlo libremente 6 meses más. El Master en Dirección Comercial y Marketing tiene un equivalente a 1.200 horas lectivas.

EVALUACION

Para obtener el Título de Master Cerem apuesta por una **evaluación continua**.

FINANCIACION

La Escuela **financia directamente** el aplazamiento de la forma de pago de sus programas, sin intervención de entidades bancarias. El pago se puede realizar mediante cuotas mensuales.

SALIDAS PROFESIONALES Y PRACTICAS EN EMPRESAS

El objetivo es ofrecer una puerta abierta hacia **nuevas oportunidades profesionales**. La Escuela dispone de un departamento exclusivo de Bolsa de Empleo y Prácticas:

- Servicio virtual de gestión de ofertas de empleo y prácticas gratuito para los alumnos.
- Posibilidad de acceso a procesos de selección a demanda de empresas.
- Asesoramiento laboral: claves para afrontar una entrevista de trabajo, estrategias y fórmulas de comunicación (lenguaje corporal), elaboración de un currículum vitae profesional...

La Escuela mantiene excelentes relaciones con gran número de empresas que le solicitan profesionales bien formados tanto para trabajar en prácticas como para su incorporación permanente. A continuación se relacionan algunas de las Empresas para las que Cerem ha formado personal:

- | | | |
|-------------------------------|---------------|------------------------------------------|
| - Construcciones Aeronáuticas | - Siemens | - EULEN |
| - Agromán | - Unión Fénix | - CEMEX España |
| - Gas Natural | - Endesa | - Consejería de Salud |
| - I.B.M. | - Coca-Cola | (Empresa Pública Hospital Costa del Sol) |
| - I.B.M. Bélgica | - Iberdrola | - MANGO (Punto FA) |
| - Iberia | - Telefónica | - REPSOL |
| - Mapfre | - Campofrío | |
| - Renault | - Grupo MGO | |

Más información en www.cerem.es

MASTER EN DIRECCION COMERCIAL Y MARKETING