

I + D + i



[www.enaes.es](http://www.enaes.es)

# MCM

## MASTER EN

# DIRECCIÓN COMERCIAL Y

# MARKETING



[www.enaes.es](http://www.enaes.es)

# MASTER EN DIRECCIÓN COMERCIAL Y MARKETING

## PRESENTACIÓN

La evolución de técnicas de marketing en las últimas décadas y el desarrollo de los sectores de producción y de servicios, junto a la globalización de los mercados ha condicionado el enfoque que hoy debemos marcar en la formación especializada. En este sentido el programa del Master en Dirección Comercial y Marketing de la Escuela de Negocios de Dirección y Administración de Empresas (ENAE) de la Universidad de Murcia, España coordinado en México por nuestras oficinas de ENAE Latinoamérica ofrece una sólida formación teórica y práctica en las áreas de dirección, análisis, planificación de marketing y publicidad por medio de un conjunto lógico de cursos de especialidad y una tesis de grado para acreditación del Master.

## OBJETIVOS

- Dotar al participante de técnicas específicas en cada área de conocimiento.
- Proporcionar una visión global del mercado.
- Adecuar el conocimiento al sector específico diferenciando enfoques de servicios y productos.
- Conseguir un alto grado de conocimiento en métodos y técnicas avanzados de gestión de marketing junto a una óptica profesional de trabajo.

## CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DEL PROGRAMA

- Duración de un año, distribuido en 12 sesiones mensuales de una semana cada una y un seminario de tesis.
- Profesorado de ENAE, expertos internacionales, y de prestigiosas universidades internacionales.
- Metodología presencial y de aplicación práctica.
- Presentación de Tesis en Murcia, España.
- Impartido en la ciudad de Monterrey y certificado por ENAE.

## BENEFICIOS

- Responder a las necesidades de las empresas en materia de gestión comercial y mercadológica.
- Formación profesional para la planificación de mercadotecnia, gerencia comercial, control e implementación.
- Fortalecer la integración de las herramientas de gestión en la dirección estratégica con el fin de asegurar un servicio altamente competitivo.
- Potenciar la investigación, difusión y adaptación al ámbito empresarial internacional.
- Contribuir a mejorar el nivel de eficacia y eficiencia y la posición competitiva de las empresas, e introducir la calidad del servicio como un elemento esencial en la mercadotecnia y en la gerencia comercial.

## RECONOCIMIENTOS

ENAE Latinoamérica otorga dos Diplomas de Especialización durante el proceso de formación:

1. Certificado en Marketing.
2. Certificado en Dirección Comercial.

La ENAE Business School es la encargada de otorgar el título de **Master en Dirección Comercial y Marketing** con validez oficial en la Comunidad Económica Europea.

## ESQUEMA GENERAL

La Maestría se divide en tres fases según se muestra en el portafolio del programa:

- Fase 1 - Materias Básicas
- Fase 2 - Especialización
- Fase 3 - Fin de Ciclo.

Al finalizar las primeras seis materias; cinco básicas y una de especialidad, se entrega el *Certificado en Marketing*. Al finalizar el programa en su totalidad o las 12 materias, se entrega el *Certificado en Dirección Comercial*. Finalmente, cada uno de los participantes presenta un proyecto de tesis que los acredita como *Master en Dirección Comercial y Marketing*.

## HORARIO DE CLASE

El portafolio de la certificación está integrado por una materia mensual que se imparten en sesiones de 25-32 horas consecutivas de lunes a viernes de 17:00 a 21:30 horas y sábado de 9:00 a 13:00 horas.

## PROCESO DE ADMISIONES

- Ordene su Solicitud de Ingreso a la dirección electrónica [aurora.villeda@celogis.com](mailto:aurora.villeda@celogis.com) o [lortegon@celogis.com](mailto:lortegon@celogis.com) y envíarla a la misma dirección con un currículum anexo. Un comité analizará la información y determinará a los candidatos calificados a ingresar al programa previa presentación del Examen de Admisión.
- Solicitar entrevista con base a previa cita en Monterrey, México al teléfono +52 (81) 8220 9294 con el Ing. Tomás Gálvez Martínez.
- Presentar el Examen de Admisión de ENAE de acuerdo con la fecha fijada.

### Requisitos de Ingreso

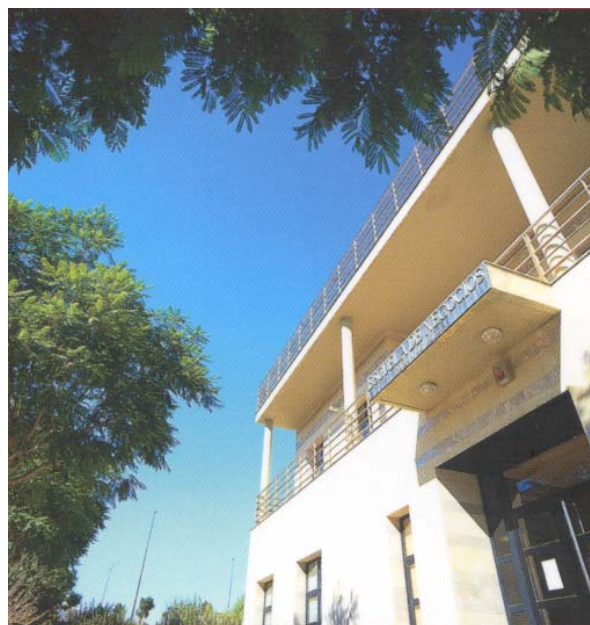
El programa busca fortalecer las redes de negocios entre los participantes en función del nivel de experiencia de cada uno de ellos, por ello es necesario:

- Poseer mínimo 3 años de experiencia profesional posterior a la obtención de su grado de licenciatura.
- Tener un manejo adecuado del idioma inglés.
- Cumplir con los requerimientos del formato de la Solicitud de Admisión.
- Aprobar el examen de admisión.

## PROYECTO DE FIN DE MASTER (TESIS)

El proyecto de Tesis es la realización de un trabajo de investigación y aplicación práctica en el ámbito comercial y de marketing. En él se pretende que el participante ponga en evidencia sus habilidades y conocimientos aprendidos durante el curso.

El proyecto de Tesis se presenta en Murcia, España ante un tribunal definido por la ENAE.



## PORTAFOLIO DEL PROGRAMA

12 Materias, 312 horas presenciales. Una materia por mes de LUNES a SÁBADO

FASE I <i>BÁSICAS</i>
INVESTIGACIÓN DE MARKETING
ANÁLISIS DEL MERCADO
PLANIFICACIÓN DE MARKETING
DIRECCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
IMAGEN CORPORATIVA
FASE II <i>DE ESPECIALIDAD</i>
MARKETING DIGITAL
MERCHANDISING Y PUNTO DE VENTA
MARKETING EMOCIONAL
MARKETING EXPERIENCIAL
EXPERTO EN PUBLICIDAD
FASE III <i>DE FIN DE CICLO</i>
DIRECCIÓN DE MARKETING
DIRECCIÓN COMERCIAL
PRESENTACIÓN DE TESIS



## PLAN DE ESTUDIOS

### MATERIAS BÁSICAS

#### (IM - B1) Investigación de Marketing

Contenidos: El subsistema de datos internos, Información no estructurada, Data Warehouse, Internet como fuente de información, Técnicas de investigación cuantitativa, Técnicas de investigación cualitativa, Técnicas proyectivas, Procedimiento de una investigación formal, Desarrollo de muestras, Análisis y presentación de datos, Data Mining, Técnicas de explotación de datos, Sistemas de soporte en la decisión de marketing.

#### (AM - B2) Análisis del Mercado

Contenidos: El proceso de decisión de compra, Actitudes y motivaciones, Hábitos de uso y compra, Elasticidad de la demanda, Segmentación de mercados, Macroentorno, Microentorno, Análisis del sector, Análisis de mercados empresariales, Concurrencia y sustitutivos.

#### (PM - B3) Planificación de Marketing

Contenidos: Análisis DAFO (SWOT), Planificación UNE: Unidades Estratégicas de Negocio, Fijación de Objetivos, Diseño de Estrategias: Marketing de guerrilla, P.A.C.: Plan de Acción Comercial, El desarrollo del plan: Plan de contingencias, Gestión económica: Planificación presupuestaria, Supervisión de acciones, Gestión del tiempo, Método de ratios, Diseño del cuadro de mando comercial, Control por excepción.

#### (DPS - B4) Dirección de Productos y Servicios

Contenidos: Diagnóstico del catálogo de productos y servicios: Estructura de la gama, Análisis de concentración de riesgo, Matriz de consistencia, Desarrollo de matriz de análisis individual: Relación con el catálogo: BCG, Relación con el mercado: GE, Decisiones de marca, Diseño de nuevos productos, I+D Técnicas aplicadas a la creación de productos, Lanzamiento de productos, Métodos de lanzamiento, El plan de lanzamiento, Aplicación del PERT, Actitudes del consumidor ante nuevos productos, El *product manager*, Comité de productos, Fijación de precios, Matriz de valor percibido, Adaptación de precio y negociación, Reducción y aumento, Reacciones ante los cambios de precios.

#### (IC - B5) Imagen Corporativa

Contenidos: Ventajas competitivas, Conceptos de valor, *Mapping*: El mapa de posicionamiento, Definición de la imagen corporativa, Influencia de la cultura empresarial, Imagen en la comunicación empresarial, Signos de identidad, La marca, El manual de identidad.

## MATERIAS DE ESPECIALIDAD

### **(MD - E1) Marketing Digital**

Contenidos: Introducción al Marketing Digital, Aspectos y Elementos del Marketing Digital, Herramientas Estratégicas del Marketing Digital, E- marketing, Campañas de Comunicación Online, Publicidad Online y su Eficacia, E- Business: Internet como Herramienta, Intranets / Extranets, Aplicaciones ERP (*Enterprise Resource Planning*), E- Commerce: Comercio electrónico.

### **(MPV - E2) Merchandising y Punto de Venta**

Contenidos: Merchandising en el Punto de Venta, Tratamiento del Espacio, Optimización del Lineal, El Merchandiser: Hombre Clave, Elementos de Promoción del Punto de Venta, Escaparatismo, Publicidad en el Punto de Venta.

### **(MEM - E3) Marketing Emocional**

Contenidos: El Marketing como una función para establecer conexión con los Consumidores, Antecedentes de la Mercadotecnia Emocional, Las Necesidades y las Emociones en el Consumo, Entendiendo al Consumidor y al Mercado, El Pensamiento Creativo como Estrategia Emocional, *Emotional Advertising & Creativity*, Posicionamiento: en la Mente y en las Emociones del Consumidor, La Emoción está en la Marca, EQ: Inteligencia Emocional Aplicada.

### **(ST - E4) Seminario de Tesis**

Contenidos: Metodología de Investigación: Introducción, Planteamiento del Problema, Justificación, Objetivos, Marco Contextual, Hipótesis, Alcance y Delimitación del Proyecto, Método de Recopilación de la Información, Desarrollo del Proyecto, Análisis y Discusión de los resultados. Conclusiones y Recomendaciones.

### **(EP - E5) Experto en Publicidad**

Contenidos: Introducción, La Empresa como Anunciante, El Proceso de Comunicación, Objetivos de la Publicidad, Presupuesto de la Publicidad, Elección del mensaje, Elección del medio, Elección de los soportes dentro de un medio, Decisión del tiempo de emisión, Decisión del lugar geográfico, Técnicas Publicitarias, Estructura y Funcionamiento de una Agencia de Publicidad, Los Efectos de la Publicidad, Diseño Gráfico Publicitario y Páginas Web.

## MATERIAS DE FIN DE CICLO

### **(DM - F1) Dirección de Marketing**

Contenidos: Evolución y tendencias de marketing, Proceso de comercialización, Marketing mix, Dirección de equipos: (Organización y funcionamiento, Dirección de reuniones, Liderazgo), Benchmarking, La gestión del cambio, Ética profesional, Procedimientos e informes, Medida de la eficiencia, Marketing interno, El sistema de dirección de marketing, Imagen y comunicación personal, Comunicación interna.

### **(DC - F2) Dirección Comercial**

Contenidos: Análisis global de la cartera, Análisis particular: Metodología de matriz, Organización comercial, Selección y formación del equipo comercial, Motivación e integración, Calidad en el servicio de atención, Estrategias de servicio, Dirección financiera, Desarrollo de un plan promocional, Promociones on-line, Rentabilidad de la promoción, Los nuevos paradigmas del mercado, Desarrollo de una estrategia para conseguir clientes satisfechos y leales, CRM: Gestión de las relaciones con clientes.