

**PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN**

**4ª Edición**

**DIRECCIÓN DE MARKETING Y VENTAS**

## ÍNDICE

Bienvenido a IFFE Business School	3
Objetivos del Curso	5
Metodología	6
Horario y Calendario	7
Programa	8
Cuadro Docente	12
Precio y Condiciones Económicas	13
Inscripción y Matrícula	13



## BIENVENIDO A IFFE BUSINESS SCHOOL

**IFFE Business School** es una Entidad de Formación de Postgrado en Management y Gestión, de ámbito nacional e internacional, con una clara vocación hacia la práctica empresarial. Los retos constantes que se presentan en la actualidad a las empresas les exigen estar en permanente adaptación y disponer de las herramientas que ofrece el conocimiento para su incorporación a todas las áreas de gestión.

La **Formación** orientada a la dirección y la gestión ha de estar fundada en la reflexión sobre lo aplicado en el mundo real.

Los referentes teóricos son imprescindibles, pero nuestros alumnos precisan los aportes prácticos y específicos que poseen los profesionales de nuestro cuadro docente. Hemos de ir más allá de la búsqueda del mero conocimiento especulativo y teórico, para conquistar la realidad del mundo cambiante de las organizaciones y los mercados.

Actualizarse a lo largo de toda la vida profesional permite ajustarse a los cambios en entornos complejos. Ello nos obliga a convertirnos en algo más que una Escuela de Negocios al uso y nos aboca a ser un centro de oportunidades profesionales y empresariales.

***“Nuestra visión es construir un ecosistema de conocimiento, semilla de una nueva generación de profesionales.”***

Nuestro profesorado está compuesto por profesionales con un obligado perfil académico pero también con una necesaria presencia y vinculación al mundo empresarial.

Ofrecemos a los alumnos metodologías avanzadas para lograr una completa formación en el ámbito empresarial en consonancia con unos valores que fomentan la **orientación a la**



**práctica, la innovación y el emprendimiento** , así como un entorno que estimula la creatividad, la eficacia y la responsabilidad.

La metodología, la relación con las empresas, la vocación de conocimiento global y las instalaciones en plena naturaleza suponen algunos pilares sobre los que se basa la formación en IFFE.

- ✓ **Comunidad IFFE:** Personas que aúnan conocimiento, solidaridad, respeto y coherencia. Personas y profesionales íntegros.
- ✓ **Hábitat Empresarial:** Potenciar el capital relacional de nuestra comunidad IFFE.



## 1 ACTITUD Y APTITUD

Fomento del trabajo en equipo, desarrollo de competencias y capital relacional, evaluación continua al alumno, evaluación del esfuerzo y participación.

## 2 DINAMISMO Y PRAGMATISMO

Sesiones estructuradas con un carácter eminentemente pragmático y dinámico.

## 3 INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

Potenciar el pensamiento creativo, espíritu emprendedor, búsqueda de modelos de negocio innovadores y sostenibles.



## OBJETIVOS DEL CURSO

El **Programa de Especialización en Dirección de Marketing y Ventas** se distribuye a lo largo de seis módulos en los que el alumno adquirirá una visión global del área de Marketing y Ventas dentro de una organización, así como de las habilidades necesarias para la toma de decisiones y el establecimiento de estrategias de marketing y ventas adecuadas.

Con un **enfoque eminentemente práctico**, el objetivo general del programa de especialización es el de dotar al alumno del dominio de las técnicas y herramientas específicas para la gestión de la Dirección de Marketing y Ventas.

### Los objetivos específicos del programa son:

- ✓ Desarrollar y actualizar el conocimiento sobre los métodos y conceptos aplicables en Marketing y Ventas.
- ✓ Integrar la visión y los objetivos generales de la empresa con las políticas y las estrategias de Marketing.
- ✓ Compartir y debatir las tendencias actuales y las futuras evoluciones de la gestión comercial en las empresas.
- ✓ Sensibilizarse con las estrategias y los planteamientos competitivos en entornos turbulentos.
- ✓ Desarrollar la capacidad del alumno para dirigir y coordinar equipos de trabajo con la máxima eficacia.



### Aprenderás ...

Los principales **conceptos de marketing**

Las estrategias y políticas de **comunicación**

Las técnicas de **investigación de mercados**

Planificación y organización **comercial**

Diseño e implementación del **plan de ventas**

Estrategias y técnicas de **negociación** comercial



- Metodología práctica.
- Ponentes profesionales con amplia experiencia en el sector.
- Networking: interacción con todos los participantes.

## METODOLOGÍA

IFFE Business School desarrolla su oferta formativa basándose en una metodología propia que garantiza el éxito de todos sus programas.

La formación de IFFE Business School destaca por ofrecer un enfoque global, **orientada al ámbito profesional, e íntimamente ligada a las necesidades reales de la empresa.**

Se busca la transmisión a los alumnos de experiencias y tendencias en cada una de las disciplinas impartidas.

El **claustró docente**, integrado por profesionales de prestigio procedentes del mundo empresarial, nos permite ofrecer una formación que combina la teoría con una visión eminentemente práctica, en la que no sólo se transmiten conocimientos, sino también experiencias reales directamente aplicables al entorno profesional.



El programa de especialización se desarrollará a lo largo de **sesiones presenciales y online**, lo que permitirá al alumno compatibilizar el curso con el desarrollo de otras actividades.

El alumno dispondrá del acceso al **Campus Virtual** para facilitar el seguimiento y encuentro de alumnos y profesores, permitiendo a su vez disponer de los distintos materiales de estudio y realizar diversas actividades a través de este medio.

Las herramientas utilizadas y las actividades propuestas estarán compuestas por:

- ✓ **Casos prácticos**, para dar aplicación a la materia estudiada y potenciar la iniciativa y habilidad de búsqueda de información.
- ✓ **Notas técnicas**, que profundizan en aquellos conceptos de gran interés global pero que son tangenciales con el núcleo de la materia tratada en el tema.
- ✓ **Webinars**, que permitirán la tutorización y resolución de dudas del alumno
- ✓ **Bibliografía y referencias**, para poder ampliar conocimientos sobre la materia.
- ✓ **Cuestionarios de autoevaluación**, para conocer el grado de conocimiento del módulo.



## HORARIO Y CALENDARIO

El **Programa de Especialización en Dirección de Marketing y Ventas** de **IFFE Business School** se desarrollará en sesiones presenciales y online durante los meses de septiembre, octubre y noviembre.

### Calendario

El curso tiene una duración de 150 horas, del 12 de septiembre al 4 de noviembre de 2016.

### Horario

#### Formación presencial

Las clases presenciales se impartirán los viernes de 16:00 a 21:00 y los sábados de 9:00 a 14:00. La formación se complementa con seminarios temáticos los jueves por la tarde de 18:30 a 21:00.

#### Formación online

Durante la semana, los alumnos podrán acceder al Campus Virtual para preparar las sesiones y consultar documentación complementaria. Así mismo, se programarán webinars para complementar la formación presencial.

- X Formación Online.
- X Clases Presenciales. Viernes tarde y sábados mañana.
- X Formación Complementaria presencial. Jueves tarde.
- X Entrega de proyectos fin de curso.

Septiembre 2016						
Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

Octubre 2016						
Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Noviembre 2016						
Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
	1	2	3	4	5	6

### Asistencia

Es preceptiva la asistencia a **un mínimo del 90%** de las actividades formativas para obtener el diploma correspondiente.

\* Las fechas pueden sufrir modificaciones, las cuales serán informadas puntualmente a los asistentes.



## PROGRAMA

### MÓDULO 1 - CONCEPTOS BÁSICOS DEL MARKETING

#### Fundamentos del Marketing

- Teoría de la soberanía del comprador
- Principios de aplicación del Marketing
- Marketing estratégico vs Marketing operativo
- Otras definiciones del Marketing

#### El Marketing en la empresa

- El éxito de la gestión del Marketing
- Orientación a mercado como sistema de gestión
- Ámbito de aplicación del Marketing

#### Identificación y satisfacción de las necesidades del consumidor

- Las necesidades del cliente
- Factores que influyen en la percepción

#### Evolución de la función de Marketing

- Fases de desarrollo
- Nuevos paradigmas del Marketing moderno
- Evolución del organigrama de la empresa
- Organización del área de Marketing en la empresa
- Campos de acción

### MÓDULO 2 - ESTRATEGIA DE MARKETING

#### El Plan de Marketing

- Plan Estratégico
- Plan Operativo
- Plan de Control
- Presupuesto de Marketing

#### Análisis interno

- Diagnóstico interno de la empresa
- La cadena de valor
- Análisis e identificación de recursos y capacidades
- Recursos y Capacidades
- Análisis DAFO

#### Marketing industrial

- Concepto
- Singularidad de la demanda en el mercado industrial
- Comportamiento del cliente industrial
- Técnicas específicas de Marketing Industrial
- La acción del Marketing en los mercados industriales

#### Marketing de servicios

- La calidad del servicio
- Estudio de las necesidades del cliente de servicios
- Clasificación de servicios
- Ventajas e inconvenientes de los servicios
- Gestión de las expectativas del cliente
- Elementos definitorios de la gestión del Marketing de servicios

#### Análisis externo

- El entorno de la empresa
- Análisis general
- Delimitación del entorno específico
- Análisis de la estructura de la industria
- Segmentación de la industria:
  - grupos estratégicos
  - Análisis de competidores

#### Estrategias de Segmentación y Posicionamiento (SBP)

- Segmentación de mercados
- Criterios de segmentación
- Elección de nichos de mercado
- Aproximación al mercado objetivo
- Estrategias atacantes, defensivas y flanqueadoras
- Estrategias de marketing de guerrilla, de cobertura de mercado y de posicionamiento en el mercado

#### Estrategias de marca

- Tipos de marca y posicionamiento
- Identidad corporativa asociada a la marca
- Características de las marcas
- El packaging

#### Estrategias de crecimiento

- Tipos de estrategias
- Estrategias de fidelización
- Estrategias de salida

\* El programa puede verse modificado para la actualización de contenidos, modificaciones de las que los alumnos serán puntualmente informados.



## MÓDULO 3 - MARKETING MIX

### Decisiones sobre productos y marcas

- Tipos de productos
- Componentes del producto
- Decisiones sobre la cartera de productos
- Innovación y adopción de productos
- Ciclo de vida de productos
- Toma de decisiones

### Políticas de distribución

- Distribución comercial y canales
- Funciones del intermediario
- Diseño del canal de distribución
- Evaluación y selección de alternativas
- Sistemas de organización del canal
- Conflicto y competencia dentro del canal
- Toma de decisiones



### Estrategia de precios

- El precio como instrumento de Marketing
- Métodos de fijación de precios
- Estrategias de precios
- Toma de decisiones

### Comunicación de Marketing

- Función de la comunicación
- Comunicación integrada
- Proceso de comunicación
- Comunicación efectiva
- Planificación de la comunicación
- Herramientas de comunicación tradicionales

### Nuevas vías de creación de valor empresa-cliente. Marketing on-line

- Plan de Marketing on-line
- Las cuatro patas de la mesa: SEO, SEM, Contenidos, Redes Sociales
- La web como centro de la estrategia
- KPI's y Métricas para análisis y toma de decisiones

## MÓDULO 4 - INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

### Conceptos generales

- Definiciones: investigación comercial, SIM.
- Departamento de investigación en la empresa e institutos de mercado.
- Aplicaciones: plan de marketing, viabilidad lanzamiento de producto

### Técnicas de obtención de información

- Características.
- Tipos: cualitativas, cuantitativas, mixtas y neuromarketing

### Fuentes de información

- Características.
- Tipos: primarias, secundarias.

### La realidad de la investigación comercial

- Diseño de la investigación comercial.
- Contratación de una investigación: briefing, proyecto, informe.

**MÓDULO 5 - DIRECCIÓN COMERCIAL****Como generar valor para el cliente**

- Concepto de valor
- El ciclo de compra
- Creación de valor para el cliente en cada fase
- Elementos clave de la proposición de valor
- Conocer la gama de capacidades
- Averiguar el impacto del producto/servicio

**Conocimiento de necesidades**

- Crear valor a través de la investigación
- Consecución de los objetivos con el cliente

**Disminución del riesgo**

- Clasificación de riesgos
- Riesgos estratégicos
- Riesgos Tácticos,
- Riesgos Técnicos
- Riesgos Políticos
- Riesgos Individuales

**Evaluación de alternativas**

- Descubrir y clasificar los criterios de valor
- Compararse con la competencia
- Identificar el valor
- La estrategia global

**Obtención de resultados**

- Las tres fases de la ejecución
- Seguimiento del programa
- Aprovechar el éxito

**De la planificación estratégica a la comercial**

- Definición de la planificación
- Planificación estratégica
- Planificación operativa/comercial
- El plan de ventas
- Sistemas de control

**Diseño e implementación del plan de ventas**

- El plan de ventas
- Análisis de estrategias
- Definición de estrategias
- Organización comercial
- Principios de organización

**Organización comercial**

- Manual operativo
- Nuevo paradigma de la organización empresarial
- Estructura
- Organización geográfica
- Organización por : producto, mercados, clientes y funciones
- Frecuencia y estrategia de visitas
- Determinación del tamaño de la fuerza de ventas
- Estrategia de venta. Venta interna/venta externa

**Territorio de ventas**

- Las zonas de ventas
- Gestión eficaz de las zonas de ventas
- Las rutas

**Estrategias de control**

- Fundamentos
- Sistemas de control
- Tipos de control

**Retribución de vendedores****El proceso administrativo**

\* El programa puede verse modificado para la actualización de contenidos, modificaciones de las que los alumnos serán puntualmente informados.

## MÓDULO 6 - NEGOCIACIÓN COMERCIAL

### Introducción

- Concepto de negociación
- Tipos de negociación
- Ámbito de la negociación

### Zona de posible acuerdo

- Límites de protección
- Encuentro en la zona de posible acuerdo

### Estrategias y técnicas de negociación

- Estrategias
- Técnicas

### Fases de la venta personal

- Psicología de ventas
- Toma de contacto: cómo vender interés
- Análisis de necesidades
- Argumentación profesional o el arte de vender • los beneficios de tus productos
- Tratamiento de objeciones
- El cierre (¿se acaba aquí la venta?)



### Preparación de la negociación

- Identificación de las partes
- Intereses
- Planteamiento de soluciones
- Alternativas (MAPAN)

### Estilos sociales de negociación

- Descripción de los estilos sociales
- Comportamientos asociados a los estilos
- Motivaciones asociadas a los estilos
- Pautas de actuación

## CASOS DE ÉXITO

De la mano de los profesionales de MARKEA, Asociación Galega de Marketing, conoceremos diversos casos de éxito empresarial en el área de Marketing.



\* El programa puede verse modificado para la actualización de contenidos, modificaciones de las que los alumnos serán puntualmente informados.

## CUADRO DOCENTE

### Javier Gil

Ingeniero de Telecomunicaciones  
Executive MBA por la EAE Business School

Ha ocupado diferentes posiciones de responsabilidad en Áreas de Planificación, Marketing y Desarrollo de Negocio en operadores de Telecomunicaciones nacionales e internacionales y es Socio Fundador de la consultora K de Marketing y Vicepresidente de la Cámara de Comercio Cataluña - Emiratos Árabes.



### Ignacio Abeal

Licenciado en Psicología y Relaciones Laborales  
Máster en Dirección Comercial y Marketing

Socio Director de Nascor Consultores. Lleva 21 años capacitando profesionales de todos los sectores como coach, formador y consultor. Ha sido responsable de Recursos Humanos de grandes compañías como Aegon Seguros y Corporación Voz de Galicia.



### Beatriz Pereira

Licenciada en Psicología  
Experta en Comportamiento del Consumidor e Investigación Comercial y de Mercado.

Responsable externo de investigación comercial en R Cable y Telecomunicaciones de Galicia, colaboradora en Anova, Sondaxe, Ideara o el Grupo de Investigación en Psicología Comercial de la USC. Consultora Asociada en Luni Consulting.



### María Jesús Vázquez

Diplomada en Traducción e Interpretación  
Especialista en Comercio Exterior y Marketing Internacional

Actualmente Consultora Asociada en Luni Consulting y Consultora-Promotora de programas de Internacionalización de ICEX, también ha sido Responsable Exportación en Porcelanas Galos y Responsable de Marketing y Comercio Internacional de Selmark.



### Xosé Luis Reza

Administración y Dirección de Empresas  
Especialista en Marketing

Presidente de Clúster Comunicación Gráfica de Galicia, Socio Consultor de Luni Consulting y del Movimiento Incitus, Delegado en Galicia del Foro de Marcas Renombradas Españolas y Presidente de Markea (Asociación Galega de Marketing).







## PRECIO Y CONDICIONES ECONÓMICAS

El precio del **Programa de Especialización en Dirección de Marketing y Ventas** es de 850€ .

Para los miembros de la Comunidad IFFE y Colectivos es de 650€.



## INSCRIPCIÓN Y MATRICULA

### INSCRIPCIÓN

El candidato/a formalizará la solicitud de admisión, remitiendo la documentación requerida a **IFFE Business School**, completando el formulario de inscripción del curso dentro de la web [www.ife.es/programa-de-especializacion-en-direccion-de-marketing-y-ventas](http://www.ife.es/programa-de-especializacion-en-direccion-de-marketing-y-ventas) y adjuntando el justificante de pago.

### FORMA DE PAGO


Transferencia Bancaria a:  
IFFE S.L.  
CIF: B-70.230.685  
IBAN: ES47 0182 5778 0102 0153 4020  
ENTIDAD BANCARIA: BBVA



**Somos líderes, *formamos líderes***

### **Campus IFFE**

---

 Pazo das Cadeas, N-VI, Km 586  
San Pedro de Nós, 15176 - Oleiros  
A Coruña - España

 (+34) 981 654 772

 admision@iffe.es

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

