



**Diplomado en
Dirección Comercial
y de Marketing**



CARTA DE BIENVENIDA

España

La puerta de Europa

Desde tiempos remotos, el océano Atlántico no ha sido impedimento para que **los lazos culturales que unen a Latinoamérica y España** se hayan ido afianzando hasta convertirse en socios de hecho en pro del desarrollo económico, respetando las idiosincrasias de cada una de las regiones que lo componen.

La coyuntura económica que estamos viviendo actualmente, con **crecimiento continuado de los países latinoamericanos** y estancamiento de los europeos, invita a buscar oportunidades fuera de las fronteras. En este sentido, es muy significativo la proliferación de tratados de libre comercio entre ambos continentes.

De este modo, España se convierte de forma natural en punto de encuentro geográfico y cultural para el desarrollo comercial.

En **Escuela Europea de Negocios**, desde hace más de una década apostamos por la apertura de horizontes a través de la internacionalización de nuestra institución, contando hoy en día con presencia en la mayoría de los países latinoamericanos, y siendo muy habitual el intercambio de alumnos de diferentes nacionalidades dentro de nuestras aulas.

Bajo estas premisas hemos diseñado el **Diplomado en Dirección Comercial y de Marketing con rigor académico, excelencia en el claustro de profesores y fomento del networking empresarial**, con la pretensión de que los participantes vivan una experiencia única.

Si tu deseo **es liderar y formar parte de esta globalización, dentro del entorno empresarial en el que nos encontramos en la actualidad**, te brindamos la oportunidad de lograrlo a través de la realización de este programa académico.

Modelo formativo de excelencia académica y personal

La filosofía de trabajo de Escuela Europea de Negocios, está orientada a la formación de un directivo social, líder y humano. En un entorno de relación, promovemos la competencia de grupo, la colaboración y la superación personal.

Todo ello en el marco de un trato directo y amistoso, poniendo el énfasis en la calidad de la formación frente al elitismo excluyente. Escuela Europea de Negocios cuenta con un claustro integrado por profesores profesionales de alta calidad docente y experiencia en el mundo de la empresa.

Prestamos especial atención a los valores y capacidades de los participantes. Formamos a los personas con la madurez de carácter tal que les permita trabajar en entornos cambiantes, fieles a sus principios e integrados con las políticas y valores de las organizaciones actuales, disponiendo de herramientas de productividad, comunicación, gestión, negociación, creatividad.



“El emprendedor siempre busca el cambio, responde a él y lo utiliza como oportunidad”.
Peter F. Drucker

objetivos

Diplomado en Dirección Comercial y de Marketing

Formar profesionales con un pensamiento directivo basado en el conocimiento y en la aplicación de habilidades orientadas al área Comercial y de Marketing.

Proporcionar los conocimientos necesarios para desarrollar y llevar a cabo las funciones y estrategias necesarias, para la ejecución de un Plan Comercial y de Marketing dentro de su organización. Los alumnos estarán familiarizados con los conceptos fundamentales de la Dirección de Comercial y de Marketing.

Desarrollar las habilidades y competencias necesarias para alinear las funciones del área comercial y de marketing a la visión estratégica de la organización.

Aplicar adecuadamente conceptos y herramientas vigentes para la gestión Comercial y de Marketing.

Proporcionar una visión general de las principales funciones que desempeña la Dirección de Comercial y Marketing dentro de una organización y en su entorno.

Desarrollar e implementar estrategias que permitan afrontar los cambios organizacionales que actualmente enfrentan las organizaciones, mediante la incorporación de políticas adaptadas a los diferentes entornos en los que se encuentra.

“El pensamiento del Marketing está sufriendo un cambio; de maximizar la utilidad que la empresa obtiene de cada transacción a maximizar la utilidad mutua que se obtiene de cada relación”
Philip Kotler



programa

Curso superior en Dirección Comercial y de Marketing

Tema 1. La Estrategia y el Plan Marketing.

- La Estrategia Corporativa.
- La Estrategia de Mezcla de Productos.
- El Establecimiento de la Estrategia y de las Políticas de Marketing.
- El Posicionamiento Estratégico.
- El Marketing Mix.
- Desarrollo del Plan de Marketing Estratégico.
- El Plan de Marketing Operativo.
- Consistencia del Plan de Marketing con otros Planes de la empresa.
- El Proceso de Control del Plan de Marketing.

Tema 2. La Gestión de Productos y de Marcas.

- Definición de Producto.
- La Política de Producto.
- Clasificación de los Productos.
- El Ciclo de Vida del Producto.
- La Planificación de Nuevos Productos.
- Decisiones sobre el Producto y sobre la Línea de Productos.
- La importancia del "Branding" para las Estrategias de Diferenciación.

de Tema 3. Estrategias y Programas de Precios.

- Las decisiones de fijación de precios.
- Objetivos estratégicos de la fijación de precios.
- Las leyes de la oferta y la demanda y los precios.
- Relaciones entre los costos, los ingresos y la oferta.
- El significado del precio para los consumidores.
- Métodos para la fijación de precios.
- Adaptación, iniciación y respuesta a cambios en los precios.
- Análisis de la rentabilidad de los productos.

Tema 4. Planificación estratégica y Función de los Recursos Humanos en las organizaciones.

- La Política de Comunicación.
- La Comunicación Integrada de Marketing.
- La Publicidad.
- La Promoción de Ventas.
- La Comunicación y la Imagen Corporativas.
- Las Relaciones Públicas.
- Comunicación 2.0. Las nuevas tecnologías sociales en la estrategia de comunicación empresarial.

“Lo que construye la marca no es el mensaje, es la experiencia que se vive con ella”
Álex Pallette



Tema 5. Estrategias y Política de Distribución.

- La Distribución como herramienta estratégica de marketing.
- La Política de Distribución.
- La Distribución física y sus costes.
- La Función Logística.
- Las Etapas de diseño e implantación de los canales de distribución.
- Desarrollos recientes en el campo de la Distribución.
- El Merchandising en el punto de venta.

Tema 6. La Investigación Comercial y de Mercados.

- Concepto de Investigación Comercial y de Mercados.
- El Sistema de Información de Marketing.
- Aplicaciones de la Investigación Comercial y de Mercados.
- Técnicas de Investigación Comercial y de Mercados.
- El proceso de Investigación Comercial.

Tema 7. Los Nuevos Medios del Marketing y las Herramientas del Marketing Digital

- La Televisión Digital.
- La Telefonía Móvil y el Marketing Móvil.
- Las Herramientas del Marketing Digital.
- La Fidelización de los Clientes en Internet.
- El Marketing de Redes Sociales.
- El Marketing Viral.

Tema 8. Dirección y Organización del Departamento de Ventas.

Profesores

Curso superior en Dirección Comercial y de Marketing

Juan Carlos Viñas



Licenciado en Marketing y Publicidad.
Programa Ejecutivo en Dirección General.
Profesor Titular de diferentes asignaturas en Escuelas de Negocios.
Consultor Internacional de empresas.
Director de Relaciones Institucionales en Escuela Europea de Negocios.
Formador "in company":
Posición de Director de Marketing en una entidad financiera.

Raúl Cermeño



Executive MBA.
Licenciado en Derecho.
Diplomado en Ciencias Empresariales.
Experto Universitario en E-Learning 2.0
Director General Escuela Europea de Negocios en Centroamérica.
Empresario sector energías renovables y textil.
Consultor de Desarrollo de Negocio en empresas de Formación.
Director Marketing-Comercial en Escuela Europea de Negocios.



metodología

Diplomado en Calidad, Procesos y Producción

E-learning a través del campus de Escuela Europea de Negocios.

Clases virtuales en directo con tecnología CISCO.

Tutorización personal del profesor responsable.

Resolución de casos prácticos.

Networking en las actividades grupales con la participación de antiguos alumnos.

* Los créditos realizados en este Diplomado se tomarán en cuenta para ser validados al cursar el MBA Internacional con Escuela Europea de Negocios.

La evaluación del alumno tendrá en cuenta el grado de conocimientos adquiridos así como las habilidades de comunicación escrita y oral. La nota final se determinará como a continuación se detalla

Actitud y participación en las sesiones: 20 %

Casos escritos individuales: 30 %

Casos escritos en grupo: 30 %

Evaluación final: 20 %

sistema de evaluación

Diplomado en Dirección Comercial y de Marketing



Titulación

Diplomado en Dirección
Comercial y de Marketing



Calendario



Tasas



Inscripciones