



MCM

Máster en Dirección Comercial y Marketing (Monterrey y España)

COORDINADOR DEL PROGRAMA EN MONTERREY:

CON EL APOYO DE:



OBJETIVO GENERAL

El Máster tiene como objetivo proporcionar a los participantes los conocimientos teóricos y prácticos y la actitud adecuada para liderar y promover programas de introducción y/o mejora del marketing como filosofía empresarial ante los nuevos mercados globales. El programa también busca capacitar al participante para dirigir con responsabilidad el departamento de marketing, persiguiendo la excelencia y el rendimiento superior en todas las actividades que le afectan.

OBJETIVOS PARTICULARES

- Capacitar a los participantes para dirigir equipos, mediante el uso de la comunicación interpersonal y el manejo eficaz de las habilidades directivas.
- Desarrollar en los alumnos la mentalidad estratégica necesaria para interpretar la realidad de la empresa en su contexto mediante técnicas de investigación de mercados y metodología de análisis que permiten diagnósticos certeros.
- Aprender a fijar objetivos y estrategias que sirvan como base para la orientación eficaz de los planes de marketing, a través del desarrollo de los elementos estratégicos del Marketing Mix.
- Formar a los participantes en la dirección de equipos de ventas y en el establecimiento de planes operativos de Impulso del Mix, así como en las técnicas de negociación más productivas para obtener los resultados fijados con el cliente.
- Aprender a desarrollar con éxito campañas de publicidad, promoción y relaciones públicas, como estrategia de apoyo a la labor comercial, con el objetivo de alcanzar el posicionamiento de la marca.

PERFIL

Dirigido a profesionales con responsabilidad en el departamento de marketing de PYMES o grandes empresas que quieran consolidar o efectuar un reciclaje de su formación en este área, como a titulados universitarios con deseos de especializarse en este área.

METODOLOGÍA

La metodología utilizada en cada curso es activa y participativa y fomenta el desarrollo de conocimientos, competencias profesionales y capacidades de los alumnos. El fin es perfeccionar las habilidades del participante como expertos en esta área. Se proporcionan herramientas y contenidos prácticos a nivel directivo y se utilizan casos prácticos de formación aplicada.

FASES DEL PROGRAMA

El programa se compone de 5 fases.

1. Formación Presencial en Monterrey: 125 horas – 12.5 créditos divididos en 5 sesiones mensuales de 25 horas cada una.
2. Formación *On Line*: 180 horas – 18 créditos divididos en 6 sesiones mensuales de 30 horas cada una.
3. Formación Presencial en España: 85 horas – 8.5 créditos divididos en 3 semanas.
4. Foro Proyectos: 50 horas – 5 créditos.
5. Proyecto Final: 150 horas – 15 créditos.

CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DEL PROGRAMA:

- Duración de un año, distribuido en 11 sesiones mensuales de una semana cada una y un seminario de tesis.
- Profesorado de ENAE, expertos internacionales, y de prestigiosas universidades internacionales.
- Presentación de Tesis en Murcia, España o en forma remota.
- Se otorgan dos Diplomados de especialización en Dirección Comercial y Marketing por la ENAE.
- Los alumnos en posesión de ambos certificados y que superen la sustentación del Proyecto-Tesis final de Maestría accederán a la titulación propia de ENAE de **Máster en Dirección Comercial y Marketing**.

DURACIÓN Y HORARIO

El Máster tiene una duración de 11 meses dividido en 5 meses para la fase presencial en Monterrey, 6 meses para la semipresencial y 3 semanas para la fase presencial en España.

- El horario de la fase en Monterrey es de lunes a viernes de 16:00 a 21:00 horas una semana de cada mes.
- La fase *on line* es asincrónica y se imparte una clase por mes con horario flexible ajustado a las necesidades de cada participante.
- La fase presencial en España es de lunes a viernes, de 9:00 a 14:00 y de 16:30 a 20:30 durante las 3 semanas de estancia.

PROCESO DE ADMISIÓN

1. Solicitar entrevista con base a previa cita en Monterrey, México al teléfono +52 (81) 1877 1925 y 1877 3686 con Tomás Gálvez (tomas.galvez@enae.es)
2. Solicitar su inscripción y enviarla a la misma dirección electrónica anterior con un currículum anexo. Un comité analizará la información y determinará a los candidatos calificados a ingresar al programa.
3. 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 2 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 y realizar la entrevista.

PROYECTO DE FIN DE MASTER (TESIS)

El proyecto de Tesis es la realización de un trabajo de investigación y aplicación práctica en Dirección Comercial o 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 forma presencial o remota en Murcia, España ante un tribunal definido por la ENAE.

PORTAFOLIO DEL PROGRAMA

5 Materias presenciales

1. Investigación de Mercados
2. Dirección de Comunicación y Publicidad
3. Estrategias de Marketing y Ventas
4. Dirección de Comercialización y Ventas
5. Logística y Distribución Comercial

6 Materias Semipresenciales

1. Comunicación y Marketing on-line
2. Dirección Estratégica y Marketing Mix
3. Habilidades Directivas y Liderazgo
4. Estrategias de Marketing Internacional
5. Desarrollo del Plan de Marketing
6. Dirección de Equipos

PLAN DE ESTUDIOS

Materias presenciales

1. Investigación de Mercados
Introducción a la investigación del mercado. Técnicas para obtener información del mercado. Técnicas cuantitativas. Técnicas cualitativas. Desarrollo de una investigación formal. Investigación por medios electrónicos. Investigación aplicada.
2. Dirección de Comunicación y Publicidad
Decisiones empresariales en la gestión de comunicación. Campañas de publicidad. Relaciones Agencia/Anunciante. Eficacia publicitaria. Relaciones Públicas. Organización de eventos.
3. Estrategias de Marketing y Ventas
Diagnóstico de situación. Previsión de ventas. Fijación de objetivos. Definición de estrategias. El plan de acción comercial. El cuadro de mando del director comercial. Gestión económica. Política de precios.
4. Dirección de Comercialización y Ventas
Habilidades Directivas. Análisis de macro entorno. Análisis de distribución comercial. Análisis de la competencia. Análisis de clientes. Investigación comercial. Decisiones empresariales en la gestión en el punto de venta. Organización comercial. El Plan de ventas. Gestión CRM. Trade marketing.
5. Logística y Distribución Comercial
La cadena de suministros. Evaluación y análisis de las redes logísticas básicas. Canales y Logística en el punto de venta. Operadores logísticos en la distribución. Procesos de tercerización. Selección, contratación y puesta en marcha. Sistemas de información y control. La logística inversa. Logística y medio ambiente. Impacto logístico.

Materias Semipresenciales

1. Comunicación y Marketing on-line
Gestión de comunicación. Campañas de publicidad. Marketing on-line. e-business. e-commerce. Gestión en redes sociales.
2. Dirección Estratégica y Marketing Mix
Introducción y conceptos básicos, Análisis sectorial. El proceso estratégico. Innovación para el posicionamiento estratégico. Proceso de comercialización. Marketing Mix. Sistema de dirección de marketing. Posicionamiento. Imagen corporativa. Estrategias de productos/servicio. Estrategia de marcas. Estrategia de precios. Estrategias de distribución/intermediación.
3. Habilidades Directivas y Liderazgo
Liderazgo y Motivación. Técnicas de comunicación y negociación. Trabajo en equipo y perspectivas. Dirección de reuniones. Gestión del Tiempo. Motivación y Automotivación
4. Estrategias de Marketing Internacional
Condicionantes. Estudio de mercados internacionales. Métodos de entrada. Normativa de comercio exterior. Gestión logística.
5. Desarrollo del Plan de Marketing
El plan de marketing en el sistema de decisión. La fijación de objetivos de rendimiento. El desglose de decisiones en el plan operativo. Control de gestión comercial. Decisiones correctivas.
7. Dirección de Equipos
Selección y formación. Remuneración de vendedores. Motivación y animación. Dirección de reuniones.

CLAUSTRO ACADÉMICO

COORDINADOR GENERAL

D. José Manuel Díez de la Lastra y Ruf
Ldo. en Derecho, Gestión Comercial y Marketing. Consultor de Marketing.

PROFESORADO

Algunos de los profesores que imparten el Máster

D. Luis Miguel Barral González
Socio Director de Two Much R.G.

D. Miguel Bello Vázquez
Ldo. en Ciencias Económicas. Asesor Comercial de Empresas.

D. Alfredo Bonilla Giorgeta
Socio Director de Metamarketing

D. Julio Cerviño Fernández
Doctor en Ciencias Económicas. Profesor de Marketing Internacional de la Universidad Carlos III

Dña. Miriam Durán Vilches.
Lcda. en Sociología. Investigadora Freelance.

D. Alvaro Fernández - Shaw Domínguez.
Director de Proyectos Estratégicos de Orbital Comunicación.

D. José Enrique González-Quijano Enciso.
Director de Asterisco Digital, S.L.
Ldo. en Ciencias Económicas

D. Juan Guitart Fernández.
Ldo. en Gestión Comercial y Marketing. Director Comercial de Juver Alimentación.

D. Carlos López Portland
Director de Marketing de CAJAMURCIA.

D. José Antonio Moreno Meseguer
Ldo. en Ciencias Económicas por ICADE. Executive Master Business Administration por el I.E. Director General de Cuarta Planta, Grupo Inmobiliario.

D. Ricardo Moreno Meseguer
Ingeniero Industrial ICAI. Director de Operaciones de Juver Alimentación, S.L.V.

D. Antonio Muñoz Sánchez
Ldo. en Ciencias Físicas. Master en Dirección Comercial por el Instituto de Empresa.
Director General de CEDONOSA.