

**33 años**  
**Creciendo  
juntos**

[www.een.edu](http://www.een.edu)

**DIPLOMADO  
DIRECCIÓN COMERCIAL  
Y MARKETING**

# Dirección Comercial y Marketing

El programa superior en Dirección Comercial y de Marketing tiene como finalidad dar a conocer a los participantes la naturaleza de los intercambios y cómo son o deben de ser estimulados y mantenidos a través de motivaciones que los impulsan y analizar las estrategias que se utilizan para generar transacciones beneficiosas tanto para los consumidores como para las empresas que ofrecen sus bienes y servicios al mercado.

Capacita a los participantes para estructurar, organizar y controlar buenas estrategias comerciales. En la actual economía global de mercado, esto significa conocer el encaje de la información de los clientes, la inteligencia competitiva, y un concepto claro de la propuesta de valor de la compañía en las necesidades de los clientes y las posibilidades de la empresa incidiendo en la resolución de los problemas para determinar acciones que satisfagan las necesidades del cliente.

Paralelamente se preparará a los participantes para conocer y valorar la investigación de mercados como herramienta útil a la hora de tomar ciertas decisiones empresariales atenuando los riesgos que éstas suponen, así como aplicar e implementar correctamente en la empresa las conclusiones que la investigación de mercados ofrece.

Escuela Europea de Negocios, con una concepción global de los negocios, provee a sus alumnos de una formación práctica y orientada a la empresa, carácter emprendedor y espíritu humanista.



# Dirección Comercial y Marketing

## Objetivos

**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**



# Dirección Comercial y Marketing

## programa

### Tema 1. La Estrategia y el Plan de 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.

### 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. Comunicación de Marketing

La Política de Comunicación.  
La Comunicación Integrada de Marketing.  
Publicidad.  
Promoción de Ventas.  
Comunicación y la Imagen Corporativa.  
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.**



## Metodología

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.

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

# Dirección Comercial y Marketing

## Profesores



### Fernando Moroy

Licenciado en Ciencias Físicas – Universidad del País Vasco (1979)

Programa Dirección General del IESE – PDG 2003 -A

Diversos Cursos y Seminarios de Postgrado (Universidad de Harvard, Oxford, Euroforum, EOI, IESE, ESIC, etc).

Director de Relaciones Institucionales de la Caixa en la Comunidad de Madrid.

Director de Desarrollo de Negocio de la Caixa – Dirección Territorial Comunidad de Madrid.

Director Comercial del Area Institucional e Internacional de la Caixa con sede en Madrid y dependencia directa del Director General Adjunto de la Caixa (Sr. Julio Lage) para el Area Institucional e Internacional de la Caixa.

Director de Convenios y Grandes Colectivos de la Caixa en la Dirección Territorial Centro : Comunidad de Madrid, Castilla-León y Castilla la Mancha – unas 900 Oficinas.

### Alejandro López-Riobóo Moreno

PDD (Programa de Desarrollo Directivo). IESE, Madrid ·2003-04

Executive Master en Dirección de Marketing y Gestión Comercial. ESIC, Madrid.

WinterAd. Socio Director. Agencia dedicada a la comercialización display móvil de terceros, al desarrollo de apps, native mobile webs, acciones especiales y desarrollo de estrategia publicitaria móvil.

Asociación Estad Alegres, creación y puesta en marcha. Organización sin ánimo de lucro con el objetivo de facilitar formación en habilidades digitales a personas con minusvalías psíquicas.

Director de Yahoo! Studio. Reportando a los headquarters europeos. Con un equipo multidisciplinar de 5 personas (diseñadores, desarrolladores, project managers y apoyo), y 2 dotted lines.



# DIRECCIÓN COMERCIAL Y MARKETING

## Titulación

Diplomado en  
Dirección Comercial y  
de Marketing

## Calendario

Módulo online

Videoconferencias

## Tasas

## Inscripciones