



instituto **eurotechnology** empresas

Business School
Centro Comunitario Superior de Negocios, Post-Universitario y Executive
Registro M. Oficial: Coruña, España, tomo 2.278-36
Cámara, Coruña, España, E-9.321
Fiscal, CIF, B-15709504
www.i-e.es | info@i-e.es

ONLINE (800 horas)

Email



Foros



Chat



Audioconferencia



Videoconferencia



Master en Marketing y Dirección Comercial

MIRE A LO MÁS ALTO, CON LA FORTALEZA DE NUESTRA EDUCACIÓN PERSONALIZADA

En **IEE**, un alumno no es un **TODO**, es una persona en convivencia directa y permanente con sus orientadores; no limitándonos a auto respuestas automáticas o explicaciones retroalimentaciones genéricas. Nos adaptamos a las propias potencialidades y dificultades de cada alumno, respondiendo a sus inquietudes y necesidades particulares.

IEE, con su metodología **PERSONALIZADA** expuesta y, pionera en masters por internet, dio soluciones al importante incremento en la demanda de formación empresarial a raíz de la incorporación de España a la Unión Europea.

Posteriormente, además de seguir la evolución global, el liderazgo alcanzado, primeros rankings de Escuelas de Negocios, nos permitió dedicarle especial atención a Latinoamérica y actualmente a Marruecos, haciendo planes con Becas, acuerdos con Universidades, Escuelas Superiores, Empresas...dando posibilidades reales al poder adquisitivo y a la gran inquietud educativa en países con los que nos unen especiales vínculos.



Antonio Paleo Pedre
Director General
Eurotechnology Empresas



Primeros Rankings
Internacionales
Business Schools



instituto **eurotechnology** empresas

Business School
Centro Comunitario Superior de Negocios, Post-Universitario y Executive
Registro M. Oficial: Coruña, España, tomo 2.278-36
Cámara, Coruña, España, E-9.321
Fiscal, CIF, B-15709504
www.i-e.es | info@i-e.es

ONLINE (800 horas)

Email



Foros



Chat



Audioconferencia



Videoconferencia



Master en Marketing y Dirección Comercial

La Empresa actual ha de ser consciente de que sin una estrategia de Marketing adecuada es imposible sobrevivir a la presión ejercida por la competencia.

La mentalidad de Marketing ha lanzado a los hombres y mujeres de Gerencia y de Dirección Comercial, a verlo como la primera necesidad de la Empresa.

Identificar las necesidades del Mercado, crear y ofrecer los productos y servicios que necesita con los medios adecuados, es la gran tarea del Marketing. De ello depende el éxito de toda Empresa.

Objetivos

Con el Master en Marketing y Dirección Comercial se pretende formar especialistas competentes capaces de desarrollar las decisiones de marketing en las empresas y en organizaciones no lucrativas, relacionadas con mercados, canales de distribución, marca y promoción, así como las destrezas necesarias para la comprensión del mercado y de los consumidores. Dotar a dichos especialistas de las competencias y habilidades sociales, tanto para el trabajo individual como en equipo.

A quién se dirige ?

- Titulados universitarios que quieran desarrollar su carrera profesional en el área de marketing y gestión comercial con el objetivo de asumir puestos de máxima responsabilidad en esta área fundamental de la actividad empresarial.
- Profesionales de empresas que quieran desarrollar, estructurar y fortalecer sus posibilidades de optimización y generación de negocios.





instituto **eurotechnology** empresas

Business School
Centro Comunitario Superior de Negocios, Post-Universitario y Executive
Registro M. Oficial: Coruña, España, tomo 2.278-36
Cámara, Coruña, España, E-9.321
Fiscal, CIF, B-15709504
www.i-e.es | info@i-e.es

ONLINE (800 horas)

Email



Foros



Chat



Audioconferencia



Videoconferencia



Aprende A tu Propio Ritmo



Estudia en Modalidad Virtual -Online- Desde Cualquier País del Mundo.

Con la Modalidad Virtual... "**Aprendes a tu Propio Ritmo**", por que tu decides el tiempo que dedicas y qué tan rápido deseas terminar el programa de estudios. Sólo necesitas de una Computadora con conexión a Internet y videocámara.

El **Título IEE** adquirido es el mismo que en la Modalidad presencial por ser considerado en directo y Apostillado por el **Convenio Internacional de la Haya** dándole valor documental Internacional.

Puede iniciarse en cualquier época del año dependiendo de las plazas disponibles.

Una vez te has matriculado, contarás con acceso a nuestras Ayudas de Aprendizaje Online:

- **CHAT** ● **VIDEOCONFERENCIA** ● **EMAIL**
- **FOROS DE DISCUSION** ● **MATERIAL DE ESTUDIO**
- **TUTORIA VIRTUAL PERSONALIZADA**



www.i-e.es



instituto **eurotechnology** empresas

Business School
 Centro Comunitario Superior de Negocios, Post-Universitario y Executive
 Registro M. Oficial: Coruña, España, tomo 2.278-36
 Cámara, Coruña, España, E-9.321
 Fiscal, CIF, B-15709504
 www.i-e.es | info@i-e.es

ONLINE (800 horas)

Email



Foros



Chat



Audioconferencia



Videoconferencia



Ayudas De Aprendizaje Modalidad Virtual



Email: Se te da un email (si no tienes uno adecuado) **alumno@i-e.es** para toda clase de comunicación directa con tus Profesores, recibir lecciones, enviarnos tus trabajos, consultas, explicaciones...



Foros: Los foros **IEE** son un escenario de comunicación por internet, donde se propicia el debate, la concertación y el consenso de ideas. Es una herramienta que te permite **PUBLICAR** un mensaje en cualquier momento, quedando visible para que otros usuarios o participantes de cualquier País puedan contestarte.



Chat: **DEBATES** con alumnos de todo el Mundo cuando los veas conectados en el **Campus-link Chat de IEE** y con programas seguros y comunes como: **Yahoo, Messenger, Skype**....con tus Tutores concertando previamente día y hora.



AudioChat: **HABLAS** con alumnos de todo el Mundo cuando los veas conectados en el **Campus-link Chat de IEE** y con programas seguros y comunes como: **Yahoo, Messenger, Skype**....con tus Tutores concertando previamente día y hora.



Videoconferencia: Si deseas una comunicación más personal **VES Y HABLAS** con cualquier miembro de la comunidad internacional **IEE**.



Lecciones en PDF: Explicaciones, ejemplos resueltos y casos a resolver. Dichas lecciones son explicaciones de técnicas y decisiones que tomaron con éxito diversas empresas de todo el Mundo. Una vez analizado y consultado dudas si lo necesitaras, resuelves un **CASO** situación propuesto, entendiéndolo desde los parámetros de la ciencia, de su creatividad y aportación personal como si ello fuera el futuro de Tu empresa.





instituto **eurotechnology** empresas

Business School
Centro Comunitario Superior de Negocios, Post-Universitario y Executive
Registro M. Oficial: Coruña, España, tomo 2.278-36
Cámara, Coruña, España, E-9.321
Fiscal, CIF, B-15709504
www.i-e.es | info@i-e.es

ONLINE (800 horas)

Email

Foros

Chat

Audioconferencia

Videoconferencia



Master en Marketing y Dirección Comercial

Duración del Programa de Estudios:

El tiempo homologable internacionalmente de una Maestría es de **800 horas** en adelante. No obstante hay países que denominan sus propios tiempos.

Dichas horas las distribuyes según tus posibilidades dentro de los 24 meses convenidos para el MBA y 12 para las Maestrías

Dichas horas las distribuyes según tus posibilidades dentro de los meses convenidos.



Importante:

El **Título IEE** adquirido es el mismo que en la Modalidad presencial por ser considerado en directo y Apostillado por el **Convenio Internacional de la Haya** dándole valor documental Internacional como Máster Profesional Privado.

MODULO I

Cultura Empresarial
Entender su Empresa

MODULO II

La Calidad.
Marketing Mix

MODULO III

Imagen Corporativa

MODULO IV

Análisis del
Consumidor

MODULO V

Investigación de
Mercados

MODULO VI

Creación y Oferta
de Productos

MODULO VII

Desarrollo de
Productos y Catálogo

MODULO VIII

Estrategia de
Precios

MODULO IX

Promoción de
Ventas

MODULO X

Técnicas de
Promoción

MODULO XI

Plan de
Marketing

MODULO XII

Organización
Comercial

MODULO XIII

Marketing
Directo

MODULO XIV

Merchandising

MODULO XV

Planificación
Comercial

MODULO XVI

Presupuesto de
Ventas

MODULO XVII

Relaciones Públicas

MODULO XVIII

E-Marketing

* El Programa de estudio podrá ser modificado para mantenerse actualizado con la vanguardia educativa.



Email

Foros

Chat

Audioconferencia

Videoconferencia



Master en Marketing y Dirección Comercial

1

Cultura Empresarial. Entender su Empresa.

- Concepto de cultura de empresa
- Características
- Elementos de la cultura empresarial
- Tipos
- Desarrollo de la cultura empresarial
- Diagnostico de la cultura existente
- Evaluación y armonización de la cultura con la estrategia empresarial
- Configuración
- Control de manifestaciones culturales
- Anexo
- Casos prácticos resueltos y a resolver.

II

La Calidad. Marketing Mix.

- El Quality Management
- Costes de calidad
- Fines de la calidad total
- Requisitos previos para mejorar la gestión
- Perfil de una empresa con problemas de calidad
- Necesidad de todos los Recursos Humanos
- Plan de calidad
- Implantación del sistema
- El servicio
- Casos prácticos resueltos y a resolver

III

Imagen Corporativa

- Empresa y comunicación
- La imagen corporativa
- La imagen de marca
- Imagen de producto
- Evolución y control de la imagen de empresa
- La comunicación rentable
- El desarrollo de un plan de comunicación
- Marca y Producto
- Necesidad de diferenciarse en el mundo de los mercados globalizados
- El consumidor
- Entorno de la imagen y la comunicación
- Identidad de la empresa
- Casos prácticos resueltos y a resolver



Email

Foros

Chat

Audioconferencia

Videoconferencia



Master en Marketing y Dirección Comercial

IV

Análisis del Consumidor

- El comportamiento del consumidor
- Evolución y Motivaciones
- Motivación del cliente - organización
- Información recibida
- Papel de la información publicitaria
- Análisis de la respuesta del consumidor
- Cuota de mercado y su análisis
- Control y análisis de fidelidad a la marca
- Mercado de referencia
- División de productos mercado
- Estrategias para cubrir el mercado de referencia
- Segmentación de consumidores y mercados
- Casos prácticos resueltos y a resolver

V

Investigación de Mercados

- Concepto de mercado
- Estudios de mercado
- Inicio de la investigación comercial
- Ambito de aplicación y objetivos
- Integración en los procesos de planificación
- Organización de la investigación de mercado
- Modelos de investigación comercial
- Proyecto de investigación de mercados
- Fases operativas de un estudio de mercado
- El cuestionario
- Normas de un cuestionario estándar
- Tipos de preguntas y cuestionarios
- Etapas en la redacción del cuestionario
- Oferta y demanda
- Estudio de la competencia
- Negociación
- Investigación internacional de mercado
- Casos prácticos resueltos y a resolver



Master en Marketing y Dirección Comercial

VI

Creación y Oferta de Productos

- Gestión del producto
- Características del producto
- Productos de consumo e industriales
- Ciclo de vida del producto
- Posicionamiento del producto en el mercado
- Estrategia y gama de productos
- Valoración de un nuevo producto
- Valoración de las posibilidades de beneficio
- Establecimiento tamaño de un posible mercado
- Productos y empresas
- Planificación de productos
- Análisis y conclusiones
- Casos prácticos resueltos y a resolver

VII

Desarrollo de Productos y Catálogo

- Lanzamiento de nuevos productos
- Estrategias e ideas para nuevos productos
- Análisis del catálogo de productos
- Productos diferenciados
- Casos prácticos resueltos y a resolver

VIII

Estrategia de Precios

- Diferenciación de producto
- Tipos de mercado y su relación con precios
- Fijación de precios
- Umbral de rentabilidad
- Estrategias de precios
- Fijación de precios en empresas distribuidoras
- Casos prácticos resueltos y a resolver

IX

Promoción de Ventas

- Concepto de promoción de ventas
- Posición y funciones de promoción de ventas
- Necesidad de la promoción de ventas
- Tipos de promoción
- Acciones y técnicas de promoción de ventas
- Inconvenientes de la promoción
- Casos prácticos resueltos y a resolver

X

Técnicas de Promoción

- Promoción en el Punto de Venta
- Animación en el Punto de Venta
- Degustaciones, Demostraciones y Decoración
- Campañas de Promoción
- El programa de ventas
- Casos prácticos resueltos y a resolver



Email

Foros

Chat

Audioconferencia

Videoconferencia



Master en Marketing y Dirección Comercial

XI

Plan de Marketing

- El plan de marketing en la empresa
- Recogida y análisis de datos
- Establecimiento de objetivos
- Desarrollo de planes de acción
- Elaboración del presupuesto
- Establecimiento de sistemas de control
- Cronograma de actividades
- Casos prácticos resueltos y a resolver

XII

Organización Comercial

- La organización comercial
- Estructura de la organización comercial
- Organización del equipo de ventas
- Formas de organizar la red de ventas
- Dimensionamiento de la fuerza de ventas
- Zona y territorio de ventas
- Rutas de ventas
- Casos prácticos resueltos y a resolver

XIII

Marketing Directo

- Marketing Directo, de la masa al consumidor
- Estrategia y Marketing Directo
- Segmentación, listas y bases de datos
- Oferta, Creatividad y Medios
- Operativa del Marketing Directo
- El Marketing Directo como promoción de ventas
- Casos prácticos resueltos y a resolver

XIV

Merchandising

- El punto de venta y el Merchandising
- Bases para la ubicación de Establecimientos Comerciales
- Escaparatismo
- Análisis de la Rentabilidad de la Superficie de Ventas
- Promoción en el Punto de Venta
- Casos prácticos resueltos y a resolver



Email

Foros

Chat

Audioconferencia

Videoconferencia



Master en Marketing y Dirección Comercial

XV

Planificación Comercial

- Evolución de la función comercial
- Tendencias dominantes
- Planificación de ventas
- Previsión de ventas
- Cuotas de ventas
- Plan de desarrollo comercial
- Implicación del equipo comercial en la planificación
- Planificación del trabajo con grandes clientes
- El mando intermedio en ventas
- Técnicas de dirección
- Casos prácticos resueltos y a resolver

XVI

Presupuesto de Ventas

- Presupuesto de Ventas
- Distribución por periodos
- El reparto por zonas
- Distribución por productos
- Presupuesto de Gastos de Marketing
- Casos prácticos resueltos y a resolver

XVII

Relaciones Públicas

- Las relaciones públicas en el contexto directivo
- Organización de las relaciones públicas
- Organización por funciones
- Organización por materias
- Organización por públicos
- Factores determinantes de la imagen y de la opinión pública
- La simpatía de la empresa
- Objetivo de las relaciones públicas en el campo financiero
- Programación de actividades
- Informaciones, noticias y mensajes
- Conferencias o convenciones
- Visitas a la empresa
- Exposiciones y ferias
- Las relaciones con los clientes
- Relaciones con los empleados
- Relaciones con la prensa
- La prensa considerada como público
- Establecimiento de relaciones efectivas con la prensa
- La conferencia de prensa
- Casos prácticos resueltos y a resolver



instituto **eurotechnology** empresas

Business School
Centro Comunitario Superior de Negocios, Post-Universitario y Executive
Registro M. Oficial: Coruña, España, tomo 2.278-36
Cámara, Coruña, España, E-9.321
Fiscal, CIF, B-15709504
www.i-e.es | info@i-e.es

Email

Foros

Chat

Audioconferencia

Videoconferencia



Master en Marketing y Dirección Comercial

XVIII

El E-Marketing

El Marketing Online o E-Marketing
Modelos de Negocios Digitales
Elementos de una estrategia de marketing online
Marketing de Páginas Web por Optimización:
SEO (Search Engine Optimization)
SEM (Search Engine Marketing)
Marketing de Páginas Web por Patrocinio:
Como comprar Tráfico para páginas web
PPC (Pay per Click / Pago por Click)
PPV (Pay per View / Pago por Vista)
Sistemas de Medición de Resultados
Marketing en Redes Sociales 2.0
Marketing por Email (Permission Email Marketing)
Casos prácticos resueltos y a resolver

www.i-e.es



CONVENIOS:

- Aviancataca (Colombia)
- Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas IECE
- Policía Nacional de Colombia
- Ifarhu (Panamá)
- Centro de Estudios Bancarios CEBANC (Paraguay)
- Unitec (Colombia)
- Oficina de Becas y Crédito Educativo OBEC (Perú)
- Fundación Universitaria del Área Andina (Colombia)
- Corporación Educativa Columbia (Perú)
- Fuerzas Militares de Colombia ACORE
- Icetex (Colombia)
- Universidad Privada del Norte (Perú)
- Fundapec (República Dominicana)
- Corporación Universitaria Rafael Núñez
- Gobierno del Estado de Guanajuato GTO (México)
- Universidad Autónoma del Caribe (Colombia)
- Universidad Manuela Beltrán (Colombia)
- Escuela Colombiana de Ingeniería "Julio Garavito" (Colombia)
- Corhuila (Colombia)
- Universidad de Cundinamarca (Colombia)
- Universidad Tecnológica de Tecamac (México)
- Fundación Universitaria INPAHU (Colombia)
- Institución Universitaria Salazar y Herrera

