

Programa de **MARKETING** y **VENTAS**

Dirección Comercial



Introducción

La constante evolución y endurecimiento del entorno competitivo, especialmente en años de recesión, implica que las compañías y directivos que las lideran deberán aportar valor más que nunca. El camino para salir ganadores de la nueva situación sólo es uno: aplicar una correcta estrategia comercial, incluyendo la definición e implementación de los planes de Marketing y Ventas así como el desarrollo de la organización comercial necesaria para hacerlos realidad.

Sólo aquellas organizaciones que sitúen a los consumidores y a los clientes en el centro de su atención y construyan el *go-to-market strategy* basándose simultáneamente en ambos pilares, Marketing y Ventas, fortalecerán su posición competitiva en el mercado.

Para ello, es necesario desarrollar líderes que puedan enfrentarse a estos retos desde un correcto análisis del mercado, que establezcan las estrategias de marketing y comerciales oportunas y que dominen las

herramientas necesarias para implementarlas.

Las empresas punteras en la actualidad lo son, entre otras cosas, por aplicar una visión común desde Marketing y Ventas. De igual manera, los profesionales que trabajan en estas áreas cada día más deben estar preparados para moverse indistintamente en una y otra, y desde su capacidad de gestión convertirse en los líderes que transformarán sus organizaciones para garantizar el éxito presente y futuro.

Objetivos

El **Programa de Marketing y Ventas. Dirección Comercial** proporciona a los directivos participantes la formación necesaria, teórica y práctica, para que puedan:

- Desarrollar y actualizar su conocimiento sobre los métodos y conceptos aplicables en marketing y ventas.
- Sensibilizarse con las estrategias y los planteamientos competitivos en entornos turbulentos.
- Compartir y debatir las tendencias actuales y las futuras evoluciones de la gestión comercial en las empresas.
- Establecer contactos con directivos de otros sectores o industrias que estén afrontando retos similares a los suyos.

Participantes

Los participantes al programa son profesionales y empresarios con experiencia, que pueden estar ocupando cargos de responsabilidad en el área Gerencial, Comercial, Marketing y/o Ventas. El curso va dirigido también a directivos que, desde cualquier otra área funcional, estén interesados en conocer las necesidades de sus consumidores y clientes y en mejorar su respuesta empresarial.



Currículo

1. Contextualizar

- La opción de la orientación al mercado como filosofía de empresa.
- Ensamblaje de la orientación al mercado con la política de empresa.
- La realidad empresarial y su entorno. Identificación y comprensión de los factores de cambio.

2. Formulación Estratégica I

- El proceso de formulación de la estrategia de marketing.
- Desarrollo de las ventajas competitivas y de crecimiento desde la estrategia de marketing.

3. Formulación Estratégica II

- Las decisiones en Segmentación estratégica.
- Las decisiones en Posicionamiento competitivo.
- El valor y la arquitectura de la marca.

4. Estrategias de productos y precios

- Estrategias de productos y gestión del portafolio.
- Ciclo de vida del producto.
- Especificidades del marketing de servicios.
- Estrategias y tácticas en la fijación y gestión de los precios.

5. Estrategia de Comunicación y Marketing Digital

- El Plan de Comunicación y su desarrollo desde la estrategia de marca.
- Desarrollo del briefing de comunicación y juicio a la publicidad.
- Las claves del Marketing Digital desde el *e-business* y *e-commerce*.

6. Estrategia Comercial

- Gestión de los Canales.
- Segmentación estratégica de clientes y modelo de ventas.
- Diseño de Propuestas de Valor para distintos clientes o segmentos de clientes.
- Diseño de la Estructura Comercial para llevar a cabo la estrategia.

7. Planificación Comercial

- Planificación Comercial y desarrollo de las Políticas de Ventas (*Trade Marketing*).
- Gestión de Cuentas Clave (*Key Account Management, KAM*): principios, organización para el KAM y desarrollo de las políticas comerciales con clientes clave.
- Estrategias de colaboración con clientes (*Category Management*).

8. Gestión de Equipos de Ventas

- Políticas de Captación, Formación y Capacitación.
- Determinación de Objetivos y Planes de Retribución.
- Liderazgo y gestión del Cambio de los Equipos.



Modelo de Aprendizaje

El programa utiliza un modelo de **Blended Learning**, que combina diferentes métodos de aprendizaje, tanto presenciales como virtuales.

- **Pre-Programa** - Virtual
- **Programa** - Presencial/Virtual (8 sesiones)
- **Post-Programa** - Virtual

En particular, el formato del programa combina presentaciones teóricas, útiles para elaborar un marco conceptual general sobre cada tema específico, y análisis de casos prácticos relacionados con cada uno de los temas previstos en el contenido. En las sesiones de trabajo con los profesores se pondrá especial énfasis en la inmediata aplicación práctica de los conocimientos impartidos, favoreciendo, además, el contraste de la experiencia entre profesores y participantes.

Formación On-line

La parte de *e-learning* tiene por objetivo complementar las sesiones presenciales y comprobar la aplicación práctica de las nociones adquiridas en la realidad de la organización empresarial en la cual trabaje el partici-

pante. La plataforma on-line completa e integra de manera fundamental la formación del curso, durante sus tres fases.

1. Pre-Programa

- a. Videos y lecturas previas para la simulación de mercado on-line.

2. Programa

- a. Lecturas “extra muros”, sugeridas por el profesor responsable, tanto previa como posteriormente a su sesión.
- b. Realización de la simulación de mercado on-line.

3. Post-Programa

- a. Entrega informe final del simulador de mercado on-line y evaluación. *Feed-back* equipo de profesores.

DURACIÓN

En total el programa tiene una duración de 100 horas, de las que 64 están articuladas en 8 jornadas presenciales y 36 horas de aprendizaje *on-line*.



Profesores

Un equipo docente que vive la realidad empresarial

Uno de los principales activos de ESADE Business School reside en saber aplicar la teoría a la realidad del día a día empresarial y a la orientación a resultados.

Nuestro equipo docente está formado, además de los profesores del Claustro académico, por altos directivos y consultores, inmersos constantemente en negociaciones, proyectos *start-up*, fusiones, negociaciones, consejos de administración o *coaching* para directivos.

NOTA: Puede consultarse los CV del profesorado en www.esade.edu/profesores

Programa de **MARKETING y VENTAS**

Dirección Comercial

VALENCIA

Marzo - Mayo 2014

LUGAR DE REALIZACIÓN

Valencia

Hotel Westin Valencia
Amadeo de Saboya, 16
46010 Valencia
Tel. + 34 963 625 900
www.westinvalencia.com

DURACIÓN Y CALENDARIO

Del 27 de marzo al 29 de mayo de 2014

Clases semanales. Jueves de 09.00 a 14.00 h y de 15.30 a 18.30 h

IMPORTE DE LA MATRÍCULA

6.550 €

5.895 € Miembros de ESADE Alumni y clientes de Deloitte

Se aplicarán bonificaciones especiales a aquellas empresas que inscriban varios participantes en el mismo programa o en varios programas dentro del mismo año académico. Este importe incluye la enseñanza, el material docente y los servicios de restauración

marzo 2014

L	M	X	J	V	S	D
					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						

abril 2014

L	M	X	J	V	S	D
	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				

mayo 2014

L	M	X	J	V	S	D
			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	



Programa, fechas, importe y profesorado sujetos a posibles cambios. ESADE Business School y Deloitte se reservan, además, el derecho de cancelar este programa si consideran que no se cumplen los requisitos necesarios para el éxito del mismo.

PARA MÁS INFORMACIÓN

Los candidatos pueden realizar las consultas que precisen sobre el Programa o el proceso de admisión dirigiéndose a :

ESADE - Fátima Piqué
fatima.pique@esade.edu
ESADE Business School
Executive Education
Av. de Esplugues, 92-96
08034 Barcelona
Tel. +34 932 804 008
Fax +34 932 048 105

Deloitte - Amparo Romero Payá
aromeropaya@deloitte.es
Consultoría - HCAS Deloitte
Av. de Aragón 30,
Edificio Europa, planta 10
46021 Valencia
Tel. +34 963 070 900
Fax +34 963 070 960

**EXECUTIVE
EDUCATION**

Campus Barcelona - Pedralbes

Av. Pedralbes, 60-62
08034 Barcelona
T. +34 932 806 162
F. +34 932 048 105

Campus Barcelona - Sant Cugat

Av. de la Torreblanca, 59
08190 Sant Cugat, Barcelona
T. +34 932 806 162

Campus Madrid

Mateo Inurria, 25-27
28036 Madrid
T. +34 913 597 714
F. +34 917 030 062

Campus Buenos Aires

Av. del Libertador, 17.175
Beccar - San Isidro
B1643CRD Argentina
T. +54 11 4747 1307

www.esade.edu

Deloitte.

Valencia

Edificio Europa
Av. de Aragón 30
46021 Valencia
T. +34 963 070 900
F. +34 963 070 960

Alicante

Maisonnavé, 28 bis
03003 Alicante
T. +34 965 92 17 70
F. +34 965 22 89 67

Murcia

Avenida Teniente Montesinos, 10
Edificio Torre Godoy, Planta 10
30100 Murcia
T. +34 968 27 09 10
F. + 34 968 27 09 11

www.deloitte.es

- **Program for Management Development - PMD®**
- **Programa de Marketing y Ventas. Dirección comercial**
- **Programa de Dirección Financiera**
- **Programa de Dirección de Ventas**
- **Programa Liderazgo de Personas y Gestión de Equipos**