



MÁSTER EN DIRECCIÓN COMERCIAL Y VENTAS ONLINE



Universidad
Europea Online

Índice

1. Introducción
2. Aspectos Diferenciales
3. Metodología Online
4. ¿A quién se dirige?
5. Plan de estudios
6. Claustro
7. Expertos Universitarios. Personaliza tu máster

INTRODUCCIÓN

Al finalizar el Máster Universitario en Dirección Comercial y Ventas, estarás capacitado para diseñar un modelo de dirección comercial, adaptado al plan estratégico y de transformación digital de la compañía, a partir del análisis de oportunidades en mercados tradicionales y emergentes, y la estrecha colaboración con diferentes áreas claves dentro de la organización: desde marketing, análisis de datos, producto, logística, entre otras, junto con la dirección y liderazgo de un equipo de personas, que te permitan implementar un plan comercial que asegure el alcance de los objetivos de la empresa.

ASPECTOS DIFERENCIALES

- **Máster Oficial Reconocido:** Nuestro Máster es reconocido por el Ministerio de Educación del Gobierno de España y avalado por su agencia de acreditación, ANECA. Este Máster está reconocido tanto en la Unión Europea como en Latino América.
- **Profesión de Presente y Futuro:** El área comercial es vital en el proceso de transformación digital de las empresas, las nuevas tecnologías han cambiado el comportamiento del consumidor, creando nuevos modelos de negocios y canales de ventas, lo cuál hace imprescindible un equipo comercial especializado. Durante el 2020, los perfiles comerciales se posicionaron entre los 10 más demandados, según LinkedIn y Hays Recruiting.
- **Enfoque Omnicanal:** El máster te brindará una visión global donde los canales offline y online se combinan, centrándose en el usuario para brindarle una mejor experiencia de compra, atrayendo y fidelizando a clientes nuevos y recurrentes.
- **Herramientas de Análisis:** Usarás técnicas de análisis avanzadas para segmentación de mercado y posicionamiento de productos, además de herramientas de análisis de datos como CRM o Google Analytics, con el fin de predecir, hacer simulaciones y optimizaciones, o testar resultados.
- **Panel de expertos:** En colaboración con un panel expertos de 23 directivos del área comercial y ventas de empresas como Banco Santander, Telefónica, Bankinter, entre otras.

METODOLOGÍA ONLINE



La metodología online de la Universidad Europea se centra en el estudiante y en garantizar un aprendizaje eficaz y personalizado, acompañándolo en todo momento para que logre sus objetivos. La tecnología y la innovación nos permiten ofrecer un entorno dinámico y motivador, con la flexibilidad que necesita y las herramientas que aseguran la calidad formativa.

El sistema de aprendizaje de la Universidad Europea Online se basa en un aprendizaje experiencial, con el que aprenderás de una forma fácil y dinámica, a través de casos prácticos, recursos formativos, participación en debates, asistencia a clases virtuales y trabajo individual y colaborativo, lo que favorece el aprendizaje.

Durante tu proceso de aprendizaje, contarás con varios recursos que te facilitarán el proceso: clases virtuales, que te permitirán participar y realizar tus propias aportaciones como si estuvieses en una clase presencial, cuyo contenido queda grabado para que puedas acceder a él; claustro formado por expertos que te guiarán y apoyarán durante todo tu aprendizaje, junto con los asistentes de programa y de experiencia al estudiante. Además, contarás con evaluación continua, con un seguimiento por parte de los profesores, y un Campus Virtual que te permite acceder en todo momento a los materiales.



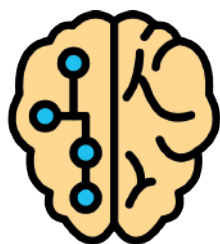
Evaluación Continua

Sistema de evaluación del estudio que permite al estudiante asimilar los contenidos de forma progresiva y eficaz según avanza el curso.



Personalización

Centrada en garantizar en todo momento un aprendizaje eficaz, flexible y adaptado en forma y contenido a las necesidades del estudiante.



Tecnología e Innovación

Campus virtual basado en una plataforma ágil, que favorece el aprendizaje colaborativo y las herramientas que aseguran la calidad formativa.



Contenido Interactivo

Recursos dinámicos para facilitar la comprensión del contenido y motivar al estudiante a ampliar sus conocimientos: clases magistrales, seminarios y tutorías semanales virtuales.



Apoyo Docente

3 figuras especializadas en la modalidad online: claustro docente, asistentes de programa y equipo de experiencia al estudiante. Su objetivo es apoyar el mejor desarrollo del alumno y resolver todas sus dudas.



Networking

Los estudiantes online tendrán acceso a la red Alumni, profesores y empresas. Se incrementa el valor de mercado de los perfiles de los alumnos, creando profesionales altamente atractivos en el mercado laboral.

¿A QUIÉN SE DIRIGE?



PERFIL DEL ALUMNO

Nuestro Máster está dirigido a:

- Graduados en Administración de empresa, marketing y negocios internacionales.
- Profesionales del ámbito comercial y ventas con al menos un año de experiencia en el departamento comercial o de ventas.
- Graduados en otras áreas con inquietudes profesionales de los negocios y las ventas.

COMPETENCIAS ADQUIRIDAS

- Aprenderás a implementar y supervisar un plan de acción comercial, que asegure el logro de los objetivos de la empresa.
- Tendrás la capacidad para definir, planificar y controlar objetivos comerciales y de ventas, plazos de entrega al cliente, prioridades de negocio y calidad del trabajo.
- Te convertirás en un líder capaz de dirigir y motivar a las personas dentro del equipo comercial y de ventas.
- Conocerás y pondrás en práctica todo el potencial de las herramientas digitales para comercializar productos y servicios a través de Internet.
- Aprenderás a usar técnicas de análisis avanzadas para segmentación de mercado y posicionamiento de productos, además de herramientas de análisis de datos.
- Serás capaz de analizar y evaluar el resultado económico- financiero de cada acción comercial, así como el impacto en el beneficio total de la compañía a corto y largo plazo.
- Podrás desarrollar y crear una relación comercial óptima con cada uno de los canales de distribución que forman parte de la cadena de valor de tus productos o servicios.

SALIDAS PROFESIONALES

El programa te dotará de diferentes conocimientos y capacidades que te permitirán liderar equipos comerciales dentro de cualquier sector.

Estarás capacitado para ocupar los siguientes cargos:

- Director Comercial/Ventas.
- Director de Expansión.
- Director Regional.
- Gerente de Desarrollo de Negocio.
- Jefe/Gerente de Ventas.
- Supervisor o ejecutivo de cuentas.
- Asesor/Analista Comercial.
- Responsable de Trade Marketing.
- Key Account Manager.

PLAN DE ESTUDIOS

MÓDULO I. COMPETENCIAS Y HABILIDADES DEL DIRECTOR DE VENTAS (6 ECTS)

Competencias y habilidades del director de ventas, se desarrolla en primer lugar con el objetivo de dar una visión global del perfil profesional. Profundizando en la importancia de este puesto dentro de la organización. Asimilando las nuevas tendencias, metodologías y herramientas. Investigando de una manera aplicada cuáles son las competencias y habilidades más importantes que deben desarrollar.

- Nuevas tendencias en la dirección comercial y ventas.
- El departamento de la dirección comercial y ventas dentro de la organización.
- Perfil del puesto de director de ventas según sector, competencias y habilidades.
- Manejo de los sistemas de información para la toma de decisiones comerciales: planificación y control de objetivos y plazos de entrega.
- Teorías de liderazgo y coaching.
- Habilidades directivas de comunicación y negociación. Introducción al PNL2.

MÓDULO II. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DEL EQUIPO DE VENTAS (6 ECTS)

Planificación y gestión del equipo de ventas, se analizará la relación entre la fuerza de ventas y el resto de departamentos de una empresa, la importancia de coordinación vertical y horizontal, desde las acciones más tácticas y comerciales, hasta las más estratégicas y corporativas. El alumno deberá aprender a manejar las técnicas más avanzadas de captación, gestión, supervisión, remuneración y motivación de equipos comerciales intergeneracionales, a partir de las herramientas necesarias para desarrollar toda la política comercial, de ventas y de distribución.

- Selección e integración de la fuerza de ventas.
- La formación de la fuerza de ventas.
- Sistemas de compensación y desarrollo.
- Supervisión y control de equipos comerciales, plan de acción comercial y objetivos.
- Impacto en los equipos de la transformación digital.
- Teletrabajo, talento intergeneracional.

MÓDULO III. GESTIÓN FINANCIERA Y EVALUACIÓN DE INVERSIONES (6 ECTS)

La neurociencia y el estudio del consumidor, se abordarán las nuevas técnicas de investigación comercial, desde la óptica más amplia posible, para explicar, entender y predecir el comportamiento de compra del consumidor, desde otras disciplinas como la neurología, la psicología, la sociología y la antropología, que ayudan a entender mejor el proceso de decisión del consumidor, como un individuo complejo y con necesidades y motivaciones únicas, que resultaban difíciles de entender con los clásicos estudios cuantitativos y cualitativos que se empleaban antiguamente.

- Técnicas cuantitativas de investigación comercial y de mercados.
- Técnicas cualitativas de investigación comercial y de mercados.
- Fundamentos del neuromarketing.
- Medidas Neurofisiológicas para el estudio del comportamiento del consumidor.
- Estrategias de ventas basadas en el marketing sensorial y experiencial.
- Herramientas de medida y segmentación de clientes.

PLAN DE ESTUDIOS

MÓDULO IV. DISTRIBUCIÓN COMERCIAL Y LOGÍSTICA (6 ECTS)

Distribución comercial y logística, se analizarán los diferentes modelos de distribución comercial que existen, directos o indirectos, para entender en profundidad el canal completo de logística, desde las compras hasta las ventas, gestión de stock, almacén, estrategias de fijación de precios dinámicos, y logística multicanal.

- Introducción a la distribución comercial.
- Tipología de las formas comerciales.
- Los canales comerciales. conformación, tipología y organización.
- Estrategias de fijación de precios dinámicos.
- Selección y gestión de canales comerciales y logísticos que permitan implementar y supervisar un plan de acción comercial, de acuerdo con los objetivos de la empresa.
- Organización espacial de los sistemas de distribución comercial.

MÓDULO V. LAS NUEVAS HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON EL CLIENTE (6 ECTS)

Las nuevas herramientas de gestión y relación con el cliente, se contemplan las herramientas más prácticas de captación, retención y fidelización de clientes, desde la utilización y gestión de bases de datos para la realización de acciones comerciales, hasta las distintas actividades de promoción y ventas, que se pueden llevar a cabo en el propio canal de distribución, o lo que se conoce bajo el término retail marketing. El alumno será capaz de concebir, gestionar y evaluar acciones de venta directa e interactiva, así como de utilizar las herramientas CRM, siendo capaz de entender las diferentes opciones que existen en el mercado.

- Herramientas de captación de clientes.
- Herramientas de retención y fidelización de clientes.
- La gestión y tratamiento de bases de datos.
- La venta directa y los centros de contacto con clientes.
- La elección del canal y el mensaje adecuado en función del público objetivo.
- Equipos internos vs equipos externos (outsourcing) en la gestión de ventas.
- Tipologías de CRM y su utilización dentro del equipo de ventas.

MÓDULO VI. LA INTEGRACIÓN DE LOS CANALES DIGITALES EN LA ESTRATEGIA COMERCIAL (6 ECTS)

La integración de los canales digitales en la estrategia comercial está dirigida a profundizar en las nuevas tendencias digitales en el campo de los negocios, como son el comercio electrónico, las redes sociales, el posicionamiento en buscadores y las diferentes acciones de comunicación y ventas a partir de dispositivos móviles y apps. En este módulo profundizaremos de forma eminentemente práctica, en la utilización de todas estas herramientas digitales, y el alumno será capaz de crear su propia tienda virtual, como parte imprescindible de una estrategia en el entorno digital.

- Las nuevas tendencias digitales en el ámbito comercial.
- El comercio electrónico. Bases y normativas.
- Las redes sociales como nuevos canales de relación y captación de clientes.

PLAN DE ESTUDIOS

- El posicionamiento en buscadores, la importancia de las palabras claves en la estrategia comercial.
- Creación de tienda virtual. Opciones en dispositivos móviles y apps.
- Integración estrategia de ventas online vs offline, y análisis del resultado económico financiero.

MÓDULO VII. TÉCNICAS DE VENTA Y NEGOCIACIÓN (6 ECTS)

Técnicas de venta y negociación, se analizarán en profundidad las diferentes técnicas de venta, comenzando por los aspectos más importantes de todo el proceso, haciendo un recorrido minucioso por todas las etapas desde la preparación de una entrevista de ventas, cierre manejo de objeciones, hasta las diferentes técnicas de negociación, incluyendo la negociación internacional, y la venta estratégica en entornos complejos.

- Habilidades sociales en la gestión de reuniones comerciales, y la importancia de la comunicación verbal y no verbal.
- Key account management.
- Tipologías de clientes, y diferentes técnicas de negociación y persuasión.
- Elementos de la negociación. Preparación de la entrevista comercial: argumentario, fases y cierre de ventas.
- Fases de captación, retención y recuperación de clientes. Análisis rentabilidad por tipología de cliente.
- Estrategia de venta omnicanal.

MÓDULO VIII. EL PLAN DE VENTAS DENTRO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING (6 ECTS)

El plan de ventas dentro del plan estratégico de marketing, se contemplan las diferentes fases y estructura de la planificación de ventas, y su relación con cada una de las etapas de desarrollo de un plan de marketing, mostrando al alumno las nuevas formas persuasivas de presentación de modelos de negocio, siempre conociendo las diferentes metodologías investigadoras existentes, y cumpliendo con la normativa académica aplicable.

- Fases y estructura de la planificación de ventas.
- Etapas del desarrollo del plan de marketing.
- Control financiero del plan de ventas.
- Nuevas formas persuasivas de presentación de modelos de negocio.
- Metodología investigadora.
- Normativa académica.

MÓDULO IX. PRÁCTICAS PROFESIONALES (6 ECTS)

Aplicación práctica de las competencias adquiridas y los contenidos. El estudiante desempeñará tareas profesionales bajo la tutela de un supervisor o tutor empresarial, y un tutor académico, que guiarán este proceso de introducción en la aplicación práctica de las competencias y contenidos del programa.

MÓDULO X. TRABAJO DE FIN DE MASTER (6 ECTS)

Por último, el módulo 10 dedicado al Trabajo Fin de Máster (TFM), está destinado a la elaboración individual o en equipo, de un trabajo original que se expondrá ante tribunal para obtener el título de máster.

- Propuesta de plan comercial y modelo de negocio dentro del plan estratégico de una empresa.

D^a. Divya Daswani

Licenciada en comercio exterior, apasionada del marketing y ventas, especialista en E-Commerce y transformación del comercio en era digital. Más de 13 años de experiencia interfuncional en empresas líderes como L'Oréal, Kimberly Clark, tanto en entornos BTC como BTB. Experiencia consolidada en el área de marketing, ventas, gestión por categorías, trade marketing y digital; liderando ahora el área de eCommerce BTB en L'Oréal.

D. Jorge López de Briñas

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas. Máster en Gestión de empresas Audiovisuales. Más de 12 años de experiencia profesional en el mundo de las ventas de entretenimiento y tecnología. Liderazgo de las estrategias comerciales de las compañías Atresmedia, LetsGo Company y AMETIC (La voz de la industria digital). Experto en el desarrollo de habilidades comerciales, tales como crear nuevos negocios y asociaciones estratégicas entre partners. Experiencia en el lanzamiento de nuevos productos y servicios. Implicado en el desarrollo de carreras de futuros profesionales.

Dra. D^a. Marta Fernández Penas

Doctora en Comunicación Audiovisual y posee un Máster en Marketing Digital y Comercio Electrónico. Ha trabajado en varias agencias de publicidad como Search & Analytics Executive y Senior Digital Marketing Manager. Actualmente, siendo fiel a su vocación docente, es profesora universitaria.

D. Eduardo Correa Lázaro

Especialista en Marketing y Gestión Comercial. Desde hace más de 20 años, viene desarrollando su carrera profesional en importantes compañías como ADT -Operador Logístico-, ESIC Business & Marketing School o Diario El País, entre otras, ocupando cargos de responsabilidad directiva. Actualmente es consultor independiente para Ephemeral Life, compañía dedicada a la Consultoría, Gestión y Formación. Cuenta con una exhaustiva formación en la que destacan grados y licenciaturas en Gestión Comercial y Marketing, Máster MBA Executive y en Dirección de Comunicación y Nuevas Tecnologías, etc.

Dra. D^a. María de Fátima Moreno Sánchez


Doctora en Economía de la Empresa por la Universidad San Pablo CEU, Especialista en Organización de Ferias Comerciales y licenciada en Investigación y Técnicas de Mercado por la Universidad Pontificia de Comillas ICADE, además de licenciada en Ciencias Económicas por la Universidad Complutense de Madrid. En el ámbito profesional ha trabajado en empresa privada en el sector de la moda y la confección llevando a cabo estrategias, de marketing, asistencia a feria, y liderando la fuerza de ventas.

Dr. D. José Luis Rodríguez Sánchez

Premio extraordinario de en el Programa de Doctorado de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Escuela Internacional de Doctorado de la Universidad Rey Juan Carlos. En el ámbito de la investigación, se incluyen méritos sobre fusiones y adquisiciones, alianzas, acuerdos de cooperación o gestión de recursos humanos. Su investigación ha sido publicada en revistas relevantes del sector. En el ámbito profesional, ha trabajado siete años en la multinacional líder del sector de ingeniería mecánica Schindler S.A. destacando la nominación a mejor trabajador de la compañía en España en el año 2014.

D. Alfredo Rodríguez Fuertes

Licenciado en Marketing, diplomado en Investigación Comercial, máster en Marketing y Dirección Comercial y Doctor por la Universidad de Alcalá. Comenzó su carrera profesional en el departamento de Marketing de Citröen Hispania, fue jefe de marketing estratégico en el Grupo Fosforera, ocupó el puesto de Commercial Development Manager en Albert Fisher Larios. Después trabajó en el grupo Johnson Wax Professional, en las áreas de marketing y comercial, donde ocupó el cargo de Director de Global Business Development.

A young man with dark hair and a beard, wearing a white t-shirt and a tan button-down shirt, stands with his arms crossed against a light grey wall. He is smiling warmly at the camera.

**PERSONALIZA TU
MÁSTER EN DIRECCIÓN COMERCIAL
Y VENTAS CON UN EXPERTO
UNIVERSITARIO**

EXPERTOS UNIVERSITARIOS. PERSONALIZA TU MÁSTER

Desde la Universidad Europea te ofrecemos la posibilidad de ir más allá en tu formación, conviértete en un experto destaca en tu sector gracias a una de nuestras especialidades recomendadas para el área de las finanzas.

Estas especialidades cuentan con una metodología 100% online y flexible en la que tú organizas tu tiempo de estudio cómo y cuándo quieras, de tal forma que puedas compaginar tus estudios de máster a la perfección y conseguir una doble titulación en poco tiempo.

EXPERTO UNIVERSITARIO EN COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR



EXPERTO UNIVERSITARIO EN INTERNATIONAL MARKETING MANAGEMENT



MÁSTER EN DIRECCIÓN COMERCIAL Y VENTAS ESPECIALIZADO EN COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR



Con nuestro **Máster Universitario en Dirección Comercial y Ventas especializado en Comportamiento del consumidor** conseguirás en un año una doble titulación con la que completarás tu máster oficial con una especialidad muy demandada por las empresas, con la que marcarás la diferencia: **la de experto en Comportamiento del consumidor**

Ampliarás tus conocimientos aplicados a la neurociencia tales como la neuroeconomía, neuroética, el funcionamiento del cerebro o el proceso de toma de decisiones de los consumidores y sus diferentes etapas.

Al conocer las necesidades de los consumidores a fondo podrás crear soluciones, productos y servicios que garanticen su éxito y elaborar estrategias de marketing idóneas implantando las mejores técnicas de influencia.

CONTENIDOS DEL CURSO

- Del Marketing al neuromarketing
- El cerebro humano
- Procesos cognitivos
- Aplicaciones prácticas
- Estudio del comportamiento del consumidor
- El proceso de decisión de compra
- La percepción
- La motivación
- Aprendizaje, actitud y personalidad
- Cultura, grupos sociales y líderes de opinión

AL FINALIZAR EL CURSO...

Obtendrás:

Doble Titulación Máster Universitario en Dirección Comercial y Ventas y Experto Universitario en Comportamiento del Consumidor

¿POR QUÉ ELEGIR LA OPCIÓN DE MÁSTER EN DIRECCIÓN COMERCIAL Y VENTAS ESPECIALIZADO EN COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR?

- **Acceso al campus: 1 año**
- **Modalidad: online**
- **Créditos: 12 ECTS**
- **100% flexible**
- **Acceso a masterclasses mensuales**

MÁSTER EN DIRECCIÓN COMERCIAL Y VENTAS ESPECIALIZADO EN INTERNATIONAL MARKETING MANAGEMENT



Con este experto obtendrás una doble titulación, que te permitirá especializar tu perfil en una de las áreas más demandadas hoy en día: la elaboración de estrategias y planes de marketing internacionales.

Además, al matricularte en el Experto Universitario, tendrás acceso a Masterclasses exclusivas con ponentes referentes en el sector empresarial nacional e internacional.

La metodología es 100% flexible, dispondrás de todo el material desde el inicio del experto: videos explicativos, material descargable y test de autoevaluación. Esto te permitirá compaginar ambos estudios a la perfección a tu ritmo.

¿POR QUÉ ELEGIR ESPECIALIZAR TU MÁSTER EN INTERNATIONAL MARKETING MANAGEMENT?

A pesar de que gracias a internet y las nuevas tecnologías cada vez es más fácil comunicarnos, sigue siendo una realidad la existencia de distintas culturas, idiomas, costumbres que deben ser tenidas en cuenta a la hora de elaborar planes de marketing y comunicación a nivel internacional.

La capacidad de saber adaptarse al cambio y a las distintas realidades que existen en el mundo empresarial no es una opción, sino una necesidad. Por ello, es necesario no solo ser consciente de su existencia, sino estar preparado y formado en ella para saber gestionarla con éxito.

AL FINALIZAR EL CURSO...

Obtendrás:

Doble titulación Máster
Universitario en Dirección
Comercial y Ventas
especializado en International
Marketing Management

CARACTERÍSTICAS DE LA TITULACIÓN

- **Duración:** 300 horas.
- **Disponible para completarlo** en 1 año.
- **Créditos:** 12 ECTS.
- **Modalidad:** online.
- **Título Propio.**



PLEASE
CLEAN

¿Qué es un...?
¿Qué es...?
¿Qué es...?
¿Qué es...?
¿Qué es...?



**Universidad
Europea Online**