

Máster Título Propio

Dirección de Marketing

M D M





Máster Título Propio Dirección de Marketing

Idioma: Español

Modalidad: Online

Duración: 12 meses

Acreditación: TECH - Universidad Tecnológica

Horas lectivas: 1.500 h.

Dirigido a: Titulados superiores y
profesionales con experiencia demostrable
en áreas comerciales y de marketing.

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-direccion-marketing

Índice

01	02	03	04
Bienvenida	¿Por qué estudiar en TECH?	¿Por qué nuestro MDM?	Metodología
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
<i>pág. 4</i>	<i>pág. 6</i>	<i>pág. 10</i>	<i>pág. 14</i>
05	06	07	08
Objetivos	Estructura y contenido	Perfil de nuestros alumnos	Impacto para tu carrera
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
<i>pág. 22</i>	<i>pág. 26</i>	<i>pág. 36</i>	<i>pág. 40</i>
	09	10	11
	Beneficios para tu empresa	Empresas colaboradoras	Titulación
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	<i>pág. 44</i>	<i>pág. 48</i>	<i>pág. 52</i>

01 Bienvenida

El marketing está cobrando cada día más fuerza en las empresas, puesto que es un elemento esencial para la comercialización de los productos y servicios. Ayuda a dar a conocer nuestra marca, captar y fidelizar clientes, descubrir las necesidades de los usuarios... En definitiva, debe ser una parte esencial en cualquier compañía.

Y, dentro de esta área, juega un papel fundamental el director del departamento, quien debe liderar todo el proceso de elaboración del plan de marketing.

Con esta formación, el alumno se adentrará en la dirección de marketing con un programa completo y de calidad que le permitirá reconocer las claves para mejorar en su labor diaria.

Así, uno de los objetivos principales de este **Máster Título Propio en Dirección de Marketing de TECH** es favorecer tu crecimiento personal y profesional, ayudándote a conseguir el éxito en tu empresa.



Máster Título Propio en Dirección de Marketing. TECH - Universidad Tecnológica



“

La figura del directivo recto, inflexible y autoritario ha quedado obsoleta. Ha surgido un nuevo perfil, mucho más acorde con las nuevas tendencias y que destaca por tener conocimientos tecnológicos, practicar la escucha activa con sus trabajadores y ser autocrítico con su trabajo”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocios 100% **online** del mundo. Somos una escuela de negocios de élite. Con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional, de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.



“

Nuestra propuesta de valor está moviendo los cimientos de las escuelas de negocio tradicionales. Contamos con los mejores recursos académicos, un cuadro docente compuesto por los profesionales en ejercicio más destacados y la metodología más exigente. Y todo ello a un precio disruptivo”

En TECH - Universidad Tecnológica



Innovación

Te ofrecemos un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional.

“Caso de Éxito Microsoft Europa”, por incorporar en nuestros programas el novedoso sistema de multivídeo interactivo. Además, nuestro equipo recibió el “Premio Emprendedor” en el Congreso Mundial Expoelearning 2010, el evento de elearning más importante en habla hispana.



Máxima exigencia

Nuestro criterio de admisión no es económico. No necesitas 100.000 US\$ para estudiar con nosotros. Eso sí, para titularte con TECH pondremos al límite tu inteligencia y tu capacidad para resolver problemas. Nuestro listón académico está muy alto...

95 % | de los alumnos de TECH finaliza con éxito sus estudios



Networking

Te ofrecemos un entorno incomparable para realizar un intercambio de conocimiento y un networking de alta calidad.

38.000

directivos formados cada año

23

nacionalidades distintas



Empowerment

Crece de la mano de las mejores empresas y profesionales de gran prestigio e influencia. Hemos desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de Europa y América.

+500

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



Talento

Te brindamos un espacio donde intercambiar ideas, experiencias y reflexiones entre ejecutivos, profesionales, emprendedores y líderes de opinión.

> 150.000 **400** **40**

egresados

e-seminarios
anuales

grupos de
investigación



Contexto Multicultural

Comparte con nosotros una experiencia única. Estudiarás en un contexto multicultural. En un programa con visión global.

+ 35 nacionalidades



Aprende con los mejores

Nuestro equipo docente explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico.

+4.000

profesores

+20

nacionalidades

53 %

Phd doctorados
en prestigiosas
universidades



Análisis

Pero, sobre todo, exploramos tu lado crítico, tu capacidad de cuestionarte las cosas, tu competencia en resolución de problemas, tus habilidades interpersonales.

Lo que nos hace únicos



Excelencia académica

Ponemos a tu alcance la mejor metodología de aprendizaje online. Combinamos el método Relearning (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional), junto a los *case studies* de la Harvard Business School. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio y en el contexto del más exigente itinerario formativo.



Economía de escala

Somos los más grandes. El grupo TECH tiene un portafolio de +1500 posgrados universitarios. Y en la nueva economía, *volumen + tecnología = precio disruptivo*. En TECH lo costoso no es empezar, es acabar los estudios con éxito.



No somos los más caros. Somos los mejores. Por nuestra innovadora metodología, por nuestra colaboración con la Harvard Business School y porque tenemos el mejor cuadro docente"

03

¿Por qué nuestro **MDM** ?

Realizar el **Máster Título Propio en Dirección de Marketing de TECH - Universidad Tecnológica** supone incrementar tus posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial.

Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que te abre las puertas a un futuro prometedor. Todo esto de la mano del mejor equipo docente y con la metodología educativa más flexible novedosa.



“

Contamos con el más prestigioso cuadro docente. Tenemos el temario más completo. Sumamos la metodología docente más eficaz y flexible. Este Máster es tu mejor opción”

Este Máster en Dirección de Marketing te aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas destacamos las siguientes:

01

Darás un impulso definitivo a tu carrera

Te brindamos la oportunidad de tomar las riendas de tu futuro y desarrollar todo tu potencial.

*El 70% de los participantes del **Máster en Dirección de Marketing** logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.*

02

Desarrollarás una visión estratégica y global de la empresa

Te ofrecemos una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

Según la multinacional Hays, tener una visión global de la empresa mejora la eficiencia.

03

Te afianzarás en la alta gestión empresarial

Te abrimos las puertas a un panorama profesional a tu altura como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

*Durante el **Máster Título Propio en Dirección de Marketing** trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.*

04

Asumirás nuevas responsabilidades

Te mostramos las últimas tendencias, avances y estrategias para llevar a cabo tu labor profesional en un entorno cambiante.

El 45 % de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna tras el programa.

05

Tendrás acceso a una potente red de contactos

Te relacionamos con personas como tú. Con tus mismas inquietudes y ganas de crecer. Comparte socios, clientes o proveedores.

El 40 % de las ofertas recibidas por nuestros alumnos procede del networking.

06

Desarrollarás tu proyecto de empresa de forma rigurosa

Obtendrás una profunda visión estratégica que te ayudará a desarrollar tu propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

Cerca del 20 % de nuestros alumnos consigue llevar a cabo su propio proyecto empresarial tras finalizar el Máster Título Propio en Dirección de Marketing.

07

Mejorarás tus soft skills y habilidades directivas

Te ayudamos a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en tus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

El 87% de nuestros antiguos alumnos ha mejorado sus habilidades de comunicación y liderazgo.

08

Formarás parte de una comunidad exclusiva

Te brindamos una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo, la comunidad TECH - Universidad Tecnológica.

En TECH - Universidad Tecnológica contamos con más de 4.000 profesores, más de 500 acuerdos con empresas a nivel internacional y 150.000 antiguos alumnos.

04

Metodología

Esta formación te ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de una forma de aprendizaje de forma cíclica: **el Relearning**. Este sistema de enseñanza es utilizado en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el *New England Journal of Medicine*.





“

Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional, para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”

En TECH Business School empleamos el método del caso de Harvard

Nuestro programa te ofrece un método revolucionario de desarrollo de tus habilidades directivas. Nuestro objetivo es afianzar tus competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las Universidades tradicionales de todo el mundo”



Nuestra escuela es la primera en el mundo que combina los case studies de Harvard Business School con un sistema de aprendizaje 100 % online basado en la reiteración.



El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

Este programa de la Escuela de Negocios de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales a nivel directivo, tanto en el ámbito nacional como internacional. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional ayudándote a conseguir el éxito. Para ello nos basamos en los case studies de la Harvard Business School, con la que tenemos un acuerdo estratégico que nos permite emplear los materiales con los que se estudia en la más prestigiosa escuela de negocios del mundo: HARVARD.



Somos la única Universidad online que ofrece los materiales de Harvard en su Escuela de Negocios”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard

Ante una determinada situación, ¿qué harías tú? Esta es la pregunta a la que te enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del curso, te enfrentarás a múltiples casos reales. Deberás integrar todos tus conocimientos, investigar, argumentar y defender tus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

Nuestra escuela es la primera en el mundo que combina los case studies de Harvard Business School con un sistema de aprendizaje 100 % online basado en la reiteración, que combina 16 elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos los case studies de Harvard con el mejor método de enseñanza 100 % online: el Relearning.

En 2019 obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra escuela de negocios es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019 hemos conseguido mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.



En nuestro programa el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprendemos, desaprendemos, olvidamos y reaprendemos). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología hemos formado a más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes. En ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu formación, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes, los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



En este programa tendrás acceso a los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para ti:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado Learning from an expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



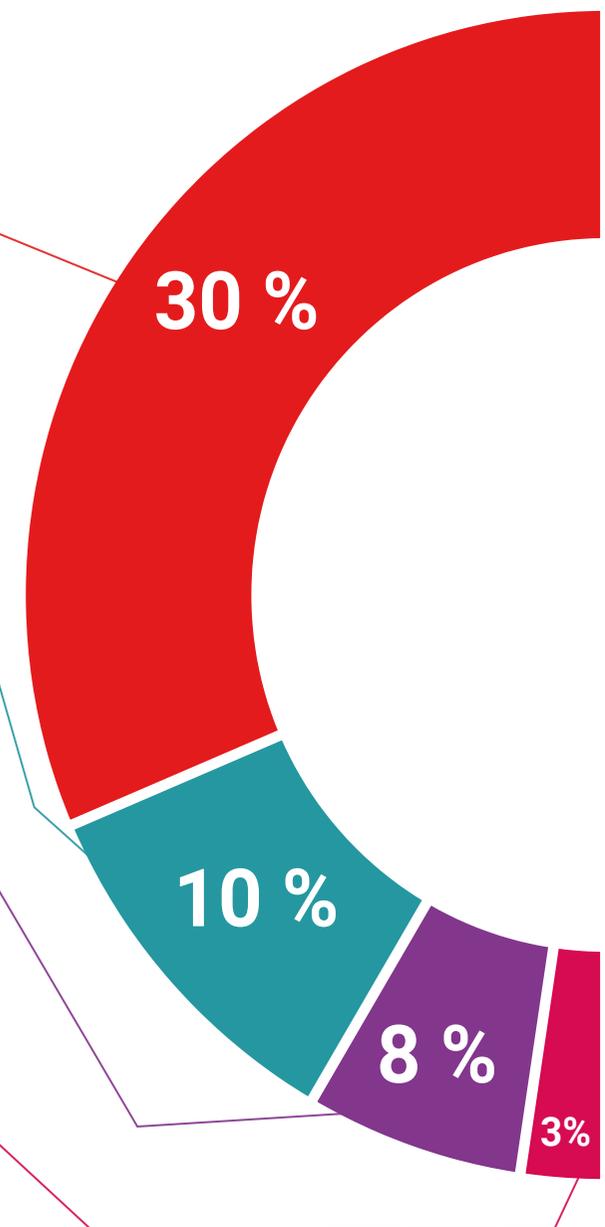
Prácticas de habilidades directivas

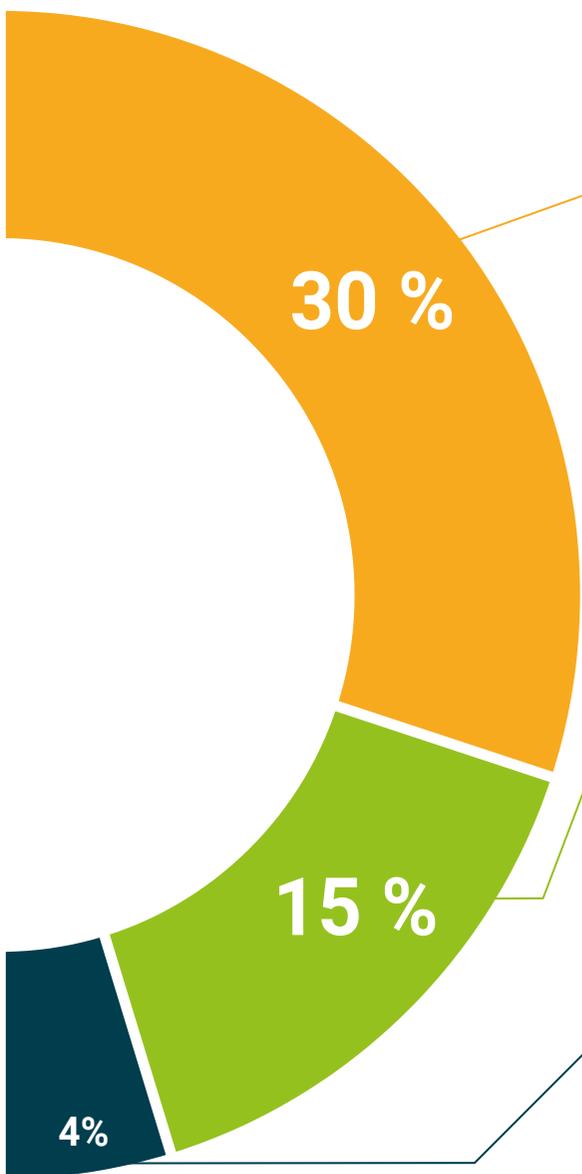
Realizarás actividades de desarrollo de competencias directivas específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un alto directivo precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... en nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu formación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores business cases que se emplean en la Harvard Business School. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas en alta dirección del panorama latinoamericano.



Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema exclusivo de formación para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



05 Objetivos

Este programa está diseñado para afianzar las capacidades directivas y de liderazgo, además de desarrollar nuevas competencias y habilidades que serán imprescindibles en tu desarrollo profesional. Tras el programa serás capaz de tomar decisiones de carácter global con una perspectiva innovadora y una visión internacional.



“

Tener experiencia internacional, compromiso ético y visión de negocio son algunas de las características más demandadas en los directivos de la era digital”

Tus objetivos son los nuestros.

Trabajamos conjuntamente para ayudarte a conseguirlos

El Máster Título Propio en Dirección de Marketing te capacitará para:

01

Integrar la visión y los objetivos corporativos en las estrategias y políticas de marketing de la empresa.

03

Desarrollar técnicas y estrategias en el entorno digital asociado al marketing, las ventas y la comunicación para establecer canales de captación, atracción y fidelización de usuarios.



02

Integrar Internet en la estrategia de marketing de la organización.

04

Analizar de forma detallada el proceso de decisión del consumidor en relación a los estímulos de marketing.

05

Liderar con éxito a equipos de marketing y ventas parcial o totalmente digitalizados.

07

Desarrollar un plan de marketing digital sólido y completo para la organización.



06

Desarrollar proyectos de marketing, de investigación de mercados y de comunicación.

06

Estructura y contenido

El **Máster Título Propio en Dirección de Marketing** es un programa a tu medida que se imparte en formato **100 % online** para que elijas el momento y lugar que mejor se adapte a tu disponibilidad, horarios e intereses.

Un programa que se desarrolla a lo largo de **12 meses** y que pretende ser una experiencia única y estimulante que siembre las bases para tu éxito como directivo y emprendedor.



“

Lo que estudias es muy importante. Las destrezas y competencias que adquieres es lo fundamental. No encontrarás un temario más completo que este, créenos...”

Plan de estudios

El **Máster en Dirección de Marketing de TECH - Universidad Tecnológica** es un programa intensivo que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales.

El contenido del **Máster en Dirección de Marketing** está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

A lo largo de **1.500 horas** de formación, el alumno analiza multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual y en equipo. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Este Máster trata en profundidad las diferentes áreas de la empresa y está diseñado para formar a directivos que entiendan el marketing desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Un plan pensado para ti, enfocado a tu mejora profesional y que te prepara para alcanzar la excelencia en el ámbito de la dirección y la gestión empresarial. Un programa que entiende tus necesidades y las de tu empresa mediante un contenido innovador basado en las últimas tendencias, y apoyado

por la mejor metodología educativa y un claustro excepcional, que te otorgará competencias para resolver situaciones críticas de forma creativa y eficiente.

Este Máster se desarrolla a lo largo de **12 meses** y se divide en dos grandes bloques:

Bloque 1

Management core

Módulo 1

Investigación de mercados

Módulo 2

Management y liderazgo

Módulo 3

Logística y gestión económica

Módulo 4

Strategy in marketing management

Módulo 5

Customer relationship management

Módulo 6

Marketing operativo

Bloque 2

Estrategia y desarrollo de nuevos canales

Módulo 7

Marketing sectorial

Módulo 8

International marketing

Módulo 9

Marketing digital y del comercio electrónico

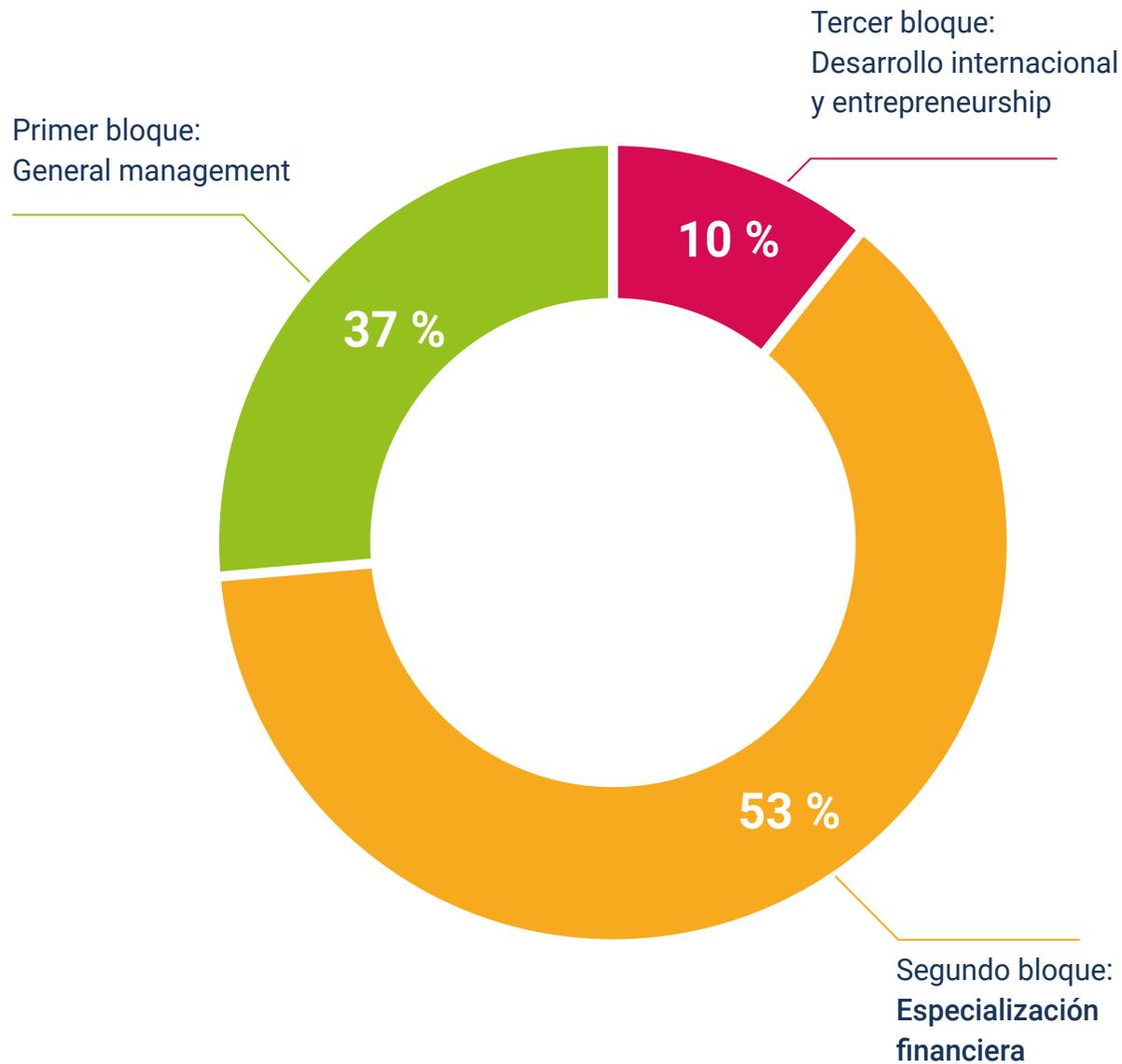
Módulo 10

Ecommerce y shopify

Módulo 11

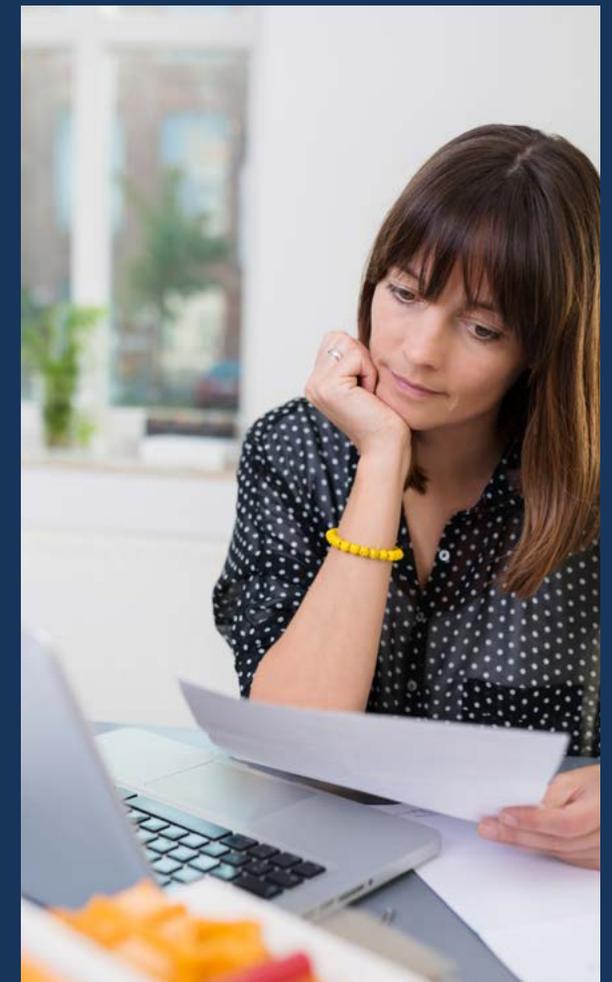
Social media y community management

Distribución de la materia de estudio



Dónde, cuándo y cómo se imparte

Este Máster se desarrolla a lo largo de 12 meses y se divide en dos semestres. Puedes realizarlo totalmente online, incluso asistiendo a nuestros talleres y conferencias virtuales.



Primer bloque: Management core

Módulo 1. Investigación de mercados

1.1. Fundamentos de marketing

- 1.1.1. Principales definiciones.
- 1.1.2. Conceptos básicos.
- 1.1.3. Evolución del concepto de marketing.

1.2. Marketing: de la idea al mercado

- 1.2.1. Concepto y alcance del marketing.
- 1.2.2. Dimensiones del marketing.
- 1.2.3. El marketing 3.0

1.3. Nuevo entorno competitivo

- 1.3.1. Innovación tecnológica e impacto económico.
- 1.3.2. Sociedad del conocimiento.
- 1.3.3. El nuevo perfil del consumidor.

1.4. Métodos y técnicas de investigación cuantitativas

- 1.4.1. Variables y escalas de medida.
- 1.4.2. Fuentes de información.
- 1.4.3. Técnicas de muestreo.
- 1.4.4. Tratamiento y análisis de los datos.

1.5. Métodos y técnicas de investigación cualitativas

- 1.5.1. Técnicas directas: focus group.
- 1.5.2. Técnicas antropológicas.
- 1.5.3. Técnicas indirectas.
- 1.5.4. Two face mirror y método Delphi.

1.6. Segmentación de mercados

- 1.6.1. Tipologías de mercados.
- 1.6.2. Concepto y análisis de la demanda.
- 1.6.3. Segmentación y criterios.
- 1.6.4. Definición de público objetivo.

1.7. Tipos de comportamiento de compra

- 1.7.1. Comportamiento complejo.
- 1.7.2. Comportamiento reductor de disonancia.
- 1.7.3. Comportamiento de búsqueda variada.
- 1.7.4. Comportamiento habitual de compra.

1.8. Sistemas de información de marketing

- 1.8.1. Enfoques conceptuales del sistema de información en marketing.
- 1.8.2. *Data Warehouse and Datamining.*
- 1.8.3. Sistemas de información geográfica.

1.9. Gestión de proyectos de investigación

- 1.9.1. Herramientas de análisis de información.
- 1.9.2. Desarrollo del plan de gestión de expectativas.
- 1.9.3. Evaluación de viabilidad de proyectos.

1.10. Marketing intelligence

- 1.10.1. Big data.
- 1.10.2. Experiencia de usuario.
- 1.10.3. Aplicación de técnicas.

Módulo 2. Management y liderazgo

2.1. General management

- 2.1.1. Integración de estrategias funcionales en las estrategias globales de negocio.
- 2.1.2. Política de Gestión y Procesos.
- 2.1.3. *Society and Enterprise.*

2.2. Dirección estratégica

- 2.2.1. Establecer la posición estratégica: Misión, Visión y Valores.
- 2.2.2. Desarrollo de nuevos negocios.
- 2.2.3. Crecimiento y consolidación de la empresa.

2.3. Estrategia competitiva

- 2.3.1. Análisis del Mercado.
- 2.3.2. Ventaja competitiva sostenible.
- 2.3.3. Retorno de la inversión.

2.4. Estrategia corporativa

- 2.4.1. *Driving corporate strategy.*
- 2.4.2. *Pacing corporate strategy.*
- 2.4.3. *Framing corporate strategy*

2.5. Planificación y estrategia

- 2.5.1. Relevancia de la Dirección Estratégica en el proceso de Control de Gestión.
- 2.5.2. Análisis del entorno y la organización.
- 2.5.3. *Lean Management.*

2.6. Gestión del talento

- 2.6.1. Gestión del Capital Humano.
- 2.6.2. Entorno, estrategia y métrica.
- 2.6.3. Innovación en la gestión de personas.

2.7. Desarrollo directivo y liderazgo

- 2.7.1. Liderazgo y estilos de liderazgo.
- 2.7.2. Motivación.
- 2.7.3. Inteligencia emocional.
- 2.7.4. Capacidades y habilidades del líder 2.0.
- 2.7.5. Reuniones eficaces.

2.8. Gestión del cambio

- 2.8.1. Análisis del rendimiento.
- 2.8.2. Liderar el cambio. Resistencia al cambio.
- 2.8.3. Gestión de procesos de cambio.
- 2.8.4. Gestión de equipos multiculturales.

Módulo 3. Logística y gestión económica

<p>3.1. Diagnóstico financiero</p> <p>3.1.1. Indicadores para el análisis de los estados financieros.</p> <p>3.1.2. Análisis de la rentabilidad.</p> <p>3.1.3. Rentabilidad económica y financiera de una empresa.</p>	<p>3.2. Análisis económico de decisiones</p> <p>3.2.1. Control Presupuestario.</p> <p>3.2.2. Análisis de la competencia. Análisis comparativo.</p> <p>3.2.3. Toma de decisiones. La inversión o desinversión empresarial.</p>	<p>3.3. Valoración de inversiones y <i>portfolio management</i></p> <p>3.3.1. Rentabilidad de los proyectos de inversión y la creación de valor.</p> <p>3.3.2. Modelos para la evaluación de proyectos de inversión.</p> <p>3.3.3. Análisis de sensibilidad, elaboración de escenarios y árboles de decisión.</p>	<p>3.4. Dirección de logística de compras</p> <p>3.4.1. Gestión de Stocks.</p> <p>3.4.2. Gestión de Almacenes.</p> <p>3.4.3. Gestión de Compras y Aprovisionamiento.</p>
<p>3.5. <i>Supply chain management</i></p> <p>3.5.1. Costes y eficiencia de la cadena de operaciones.</p> <p>3.5.2. Cambio en los patrones de demanda.</p> <p>3.5.3. Cambio en la estrategia de las operaciones.</p>	<p>3.6. Procesos logísticos</p> <p>3.6.1. Organización y gestión por procesos.</p> <p>3.6.2. Aprovisionamiento, producción, distribución.</p> <p>3.6.3. Calidad, costes de calidad y herramientas.</p> <p>3.6.4. Servicio posventa.</p>	<p>3.7. Logística y clientes</p> <p>3.7.1. Análisis de demanda y previsión.</p> <p>3.7.2. Previsión y planificación de ventas.</p> <p>3.7.3. <i>Collaborative planning forecasting & replacement</i>.</p>	<p>3.8. Logística internacional</p> <p>3.8.1. Aduanas, procesos de exportación e importación.</p> <p>3.8.2. Formas y medios de pago internacional.</p> <p>3.8.3. Plataformas logísticas a nivel internacional.</p>

Módulo 4. *Strategy in marketing management*

<p>4.1. <i>Marketing management</i></p> <p>4.1.1. <i>Positioning and Value Creation</i>.</p> <p>4.1.2. Orientación y posicionamiento de la empresa al marketing.</p> <p>4.1.3. Marketing estratégico vs marketing operativo.</p> <p>4.1.4. Objetivos en Dirección de marketing.</p>	<p>4.1.5. Comunicaciones integradas de marketing.</p> <p>4.2. Función del marketing estratégico</p> <p>4.2.1. Principales estrategias de marketing.</p> <p>4.2.2. Segmentación, targeting y posicionamiento.</p> <p>4.2.3. Gestión del marketing estratégico.</p>	<p>4.3. Dimensiones de la estrategia del marketing</p> <p>4.3.1. Recursos e inversiones necesarias.</p> <p>4.3.2. Fundamentos de la ventaja competitiva.</p> <p>4.3.3. Comportamiento competitivo de la empresa.</p> <p>4.3.4. <i>Focus marketing</i>.</p>	<p>4.4. Estrategias de desarrollo de nuevos productos.</p> <p>4.4.1. Creatividad e innovación en marketing.</p> <p>4.4.2. Generación y filtrado de ideas.</p> <p>4.4.3. Análisis de viabilidad comercial.</p> <p>4.4.4. Desarrollo, pruebas de mercado y comercialización.</p>
<p>4.5. Políticas de fijación de precios</p> <p>4.5.1. Metas a corto y largo plazo.</p> <p>4.5.2. Tipos de fijación de precios.</p> <p>4.5.3. Factores que influyen en la determinación del precio.</p>	<p>4.6. Estrategias de promoción y <i>merchandising</i></p> <p>4.6.1. Gestión de la Publicidad.</p> <p>4.6.2. Plan de comunicación y medios.</p> <p>4.6.3. El merchandising como técnica de marketing.</p> <p>4.6.4. Visual <i>merchandising</i>.</p>	<p>4.7. Estrategias de distribución, expansión e intermediación</p> <p>4.7.1. Externalización de la fuerza de ventas y atención al cliente.</p> <p>4.7.2. La logística comercial en la gestión de ventas de productos y servicios.</p> <p>4.7.3. Gestión del ciclo de ventas.</p>	<p>4.8. Desarrollo del plan de marketing</p> <p>4.8.1. Análisis y diagnóstico.</p> <p>4.8.2. Decisiones estratégicas.</p> <p>4.8.3. Decisiones operativas.</p>

Módulo 5. Marketing operativo

5.1. Marketing mix

- 5.1.1. *The Marketing Value Proposition.*
- 5.1.2. Políticas, estrategias y tácticas de marketing mix
- 5.1.3. Elementos del marketing mix
- 5.1.4. Satisfacción del cliente y marketing mix

5.2. Gestión de productos

- 5.2.1. Distribución de consumo y ciclo de vida del producto.
- 5.2.2. Obsolescencia, caducidad, campañas periódicas.
- 5.2.3. Ratios de gestión de pedidos y control de stocks.

5.3. Principios de precios

- 5.3.1. Análisis del entorno.
- 5.3.2. Costes de producción y márgenes de descuento.
- 5.3.3. Precio final y mapa de posicionamiento.

5.4. Gestión de canales de distribución

- 5.4.1. *Trade marketing.*
- 5.4.2. Cultura de la distribución y competencia.
- 5.4.3. *Designing and Managing Channels.*
- 5.4.4. Funciones de los canales de distribución.
- 5.4.5. *Route to market.*

5.5. Canales de promoción y ventas

- 5.5.1. Branding corporativo.
- 5.5.2. Publicidad.
- 5.5.3. Promoción de ventas.
- 5.5.4. Relaciones públicas y venta personal.
- 5.5.5. *Street marketing.*

5.6. Branding

- 5.6.1. *Brand Evolution*
- 5.6.2. Creación y desarrollo de marcas de éxito.
- 5.6.3. *Brand equity.*
- 5.6.4. *Category management.*

5.7. Gestión de grupos de marketing

- 5.7.1. Equipos de trabajo y la dirección de reuniones.
- 5.7.2. *Coaching* y gestión de equipos.
- 5.7.3. Gestión de la igualdad y diversidad.

5.8. Comunicación y marketing

- 5.8.1. La comunicación integrada en el marketing.
- 5.8.2. El diseño del programa de comunicación de marketing .
- 5.8.3. Habilidades comunicativas e influencia.
- 5.8.4. Barreras para la comunicación empresarial.

Módulo 6. Customer relationship management

6.1. Conociendo al mercado y al consumidor

- 6.1.1. *Open innovation.*
- 6.1.2. Inteligencia Competitiva.
- 6.1.3. *Share economy.*

6.2. CRM y filosofía empresarial

- 6.2.1. Filosofía empresarial u orientación estratégica.
- 6.2.2. Identificación y diferenciación del cliente.
- 6.2.3. La empresa y sus stakeholders.
- 6.2.4. *Clienting.*

6.3. Database Marketing y Customer Relationship Management

- 6.3.1. Aplicaciones del Database marketing.
- 6.3.2. Leyes y regulación.
- 6.3.3. Fuentes de información, almacenamiento y procesamiento.

6.4. Psicología y comportamiento del consumidor

- 6.4.1. El estudio del comportamiento del consumidor.
- 6.4.2. Factores internos y externos del consumidor.
- 6.4.3. Proceso de decisión del consumidor.
- 6.4.4. Consumerismo, sociedad, marketing y ética.

6.5. Áreas del CRM Management

- 6.5.1. *Customer Service*
- 6.5.2. Gestión de la Fuerza de Ventas.
- 6.5.3. Servicio al Cliente.

6.6. Marketing consumer centric

- 6.6.1. Segmentación.
- 6.6.2. Análisis de la rentabilidad.
- 6.6.3. Estrategias para fidelizar al cliente.

6.7. Técnicas de CRM management

- 6.7.1. Marketing directo.
- 6.7.2. Integración multicanal.
- 6.7.3. Marketing viral.

6.8. Ventajas y peligros de implementar CRM

- 6.8.1. CRM, ventas y costes.
- 6.8.2. Satisfacción y lealtad del cliente.
- 6.8.3. Implementación tecnológica.
- 6.8.4. Errores estratégicos y de gestión.

Segundo bloque: Estrategia y desarrollo de nuevos canales**Módulo 7. Marketing sectorial**

7.1. Marketing de servicios 7.1.1. Evolución y Crecimiento del Sector de Servicios. 7.1.2. Función del Marketing de Servicios. 7.1.3. La estrategia de marketing en el sector servicios.	7.2. Marketing turístico 7.2.1. Características del sector turístico. 7.2.2. Producto turístico. 7.2.3. El cliente en marketing turístico.	7.3. Marketing político y electoral 7.3.1. Marketing Político vs Marketing Electoral. 7.3.2. Segmentación del mercado político. 7.3.3. Campañas electorales.	7.4. Marketing social y marketing responsable 7.4.1. Marketing de causas sociales y RSC. 7.4.2. Marketing Medioambiental. 7.4.3. Segmentación en Marketing Social.
7.5. Retail management 7.5.1. Relevancia. 7.5.2. Recompensa. 7.5.3. Reducción de gastos. 7.5.4. Relación con el cliente.	7.6. Marketing bancario 7.6.1. Reglamentación estatal. 7.6.2. Sucursales y segmentación. 7.6.3. Inbound Marketing en el sector bancario.	7.7. Marketing de servicios de salud 7.7.1. Marketing interno. 7.7.2. Estudios sobre la satisfacción del usuario. 7.7.3. Gestión de la calidad con orientación al mercado.	7.8. Marketing sensorial 7.8.1. Experiencia de compra como experiencia sensorial. 7.8.2. Neuromarketing y Marketing Sensorial. 7.8.3. Disposición y animación del punto de venta.

Módulo 8. International marketing

8.1. La investigación de mercados internacionales 8.1.1. <i>Emerging Markets Marketing.</i> 8.1.2. Análisis PES. 8.1.3. ¿Qué, cómo y dónde exportar? 8.1.4. Estrategias de marketing-mix internacional.	8.2. Segmentación internacional 8.2.1. Criterios para la segmentación de mercados a nivel internacional. 8.2.2. Nichos de mercado. 8.2.3. Estrategias de segmentación internacional.	8.3. Posicionamiento internacional 8.3.1. <i>Branding</i> en mercados internacionales. 8.3.2. Estrategias de posicionamiento en los mercados internacionales. 8.3.3. Marcas globales, regionales y locales.	8.4. Estrategias de producto en mercados internacionales 8.4.1. Modificación, adaptación y diversificación de productos. 8.4.2. Productos estandarizados globales. 8.4.3. El portafolio de producto.
8.5. Precios y exportación 8.5.1. Cálculo de los precios de exportación. 8.5.2. <i>Incoterms.</i> 8.5.3. Estrategia internacional de precio.	8.6. Calidad en marketing internacional 8.6.1. Calidad y el marketing internacional. 8.6.2. Las Normas y Certificaciones. 8.6.3. El Mercado CE.	8.7. Promoción a nivel internacional 8.7.1. El MIX de promoción internacional. 8.7.2. Advertising y publicidad. 8.7.3. Ferias internacionales. 8.7.4. Marca País.	8.8. Distribución a través de canales internacionales 8.8.1. <i>Channel & Trade Marketing.</i> 8.8.2. Consorcios de exportación. 8.8.3. Tipos de exportación y comercio exterior.

Módulo 9. Marketing digital y Comercio electrónico

9.1. Marketing digital y comercio electrónico

- 9.1.1. Economía digital y sharing economy.
- 9.1.2. Tendencias y cambios sociales en los consumidores.
- 9.1.3. Transformación digital de las empresas tradicionales.
- 9.1.4. Roles del *Chief Digital Officer*.

9.2. Estrategia digital

- 9.2.1. Segmentación y posicionamiento en el contexto competitivo.
- 9.2.2. Nuevas estrategias de marketing de productos y servicios.
- 9.2.3. *From Innovation to Cash Flow*.

9.3. Estrategia tecnológica

- 9.3.1. Desarrollo Web.
- 9.3.2. *Hosting y cloud computing*.
- 9.3.3. Gestores de Contenido (CMS).
- 9.3.4. Formatos y medios digitales.
- 9.3.5. Plataforma tecnológicas de e-commerce.

9.4. Regulación digital

- 9.4.1. Políticas de privacidad y LOPD.
- 9.4.2. Usurpación de perfiles y seguidores falsos.
- 9.4.3. Aspectos legales del ámbito de marketing, publicidad y contenido digital.

9.5. Investigación de mercados online

- 9.5.1. Herramientas de investigación cuantitativas en mercados online.
- 9.5.2. Herramientas de investigación cualitativas dinámicas de los clientes.

9.6. Agencias, medios y canales online

- 9.6.1. Agencias integrales, creativas y online.
- 9.6.2. Medios tradicionales y nuevos medios.
- 9.6.3. Canales online.
- 9.6.4. Otros players digitales.

Módulo 10. E-commerce y shopify

10.1. Digital e-commerce management

- 10.1.1. Nuevos modelos de negocio e-commerce.
- 10.1.2. Planificación y desarrollo de un plan estratégico de comercio electrónico.
- 10.1.3. Estructura tecnológica en e-commerce.

10.2. Operaciones y logística en el comercio electrónico

- 10.2.1. Cómo gestionar el *fulfillment*.
- 10.2.2. Gestión digital del punto de venta.
- 10.2.3. Contact center management.
- 10.2.4. Automatización en la gestión y seguimiento de procesos.

10.3. Implementando técnicas de e-commerce

- 10.3.1. Medios sociales e integración en el plan de comercio electrónico.
- 10.3.2. Estrategia multichannel.
- 10.3.3. Personalización de Dashboards.

10.4. Digital pricing

- 10.4.1. Medios y pasarelas de pago online.
- 10.4.2. Promociones electrónicas.
- 10.4.3. Temporización digital de precios.
- 10.4.4. *e-auctions*.

10.5. Del e-commerce al m-commerce y s-commerce

- 10.5.1. Modelos de negocio de los e-marketplaces.
- 10.5.2. S-Commerce y experiencia de marca.
- 10.5.3. Compra a través de dispositivos móviles.

10.6. Customer intelligence: del e-CRM al s-CRM

- 10.6.1. Integración del consumidor en la cadena de valor.
- 10.6.2. Técnicas de investigación y fidelización online.
- 10.6.3. Planificación de una estrategia de gestión de la relación con el cliente.

10.7. Trade marketing digital

- 10.7.1. *Cross merchandising*.
- 10.7.2. Diseño y Gestión de Campañas en Facebook Ads.
- 10.7.3. Diseño y Gestión de Campañas en Google Adwords.

10.8. Marketing online para e-commerce

- 10.8.1. *Inbound Marketing*.
- 10.8.2. Display y Compra Programática.
- 10.8.3. Plan de Comunicación.

Módulo 11. Social media y community management**11.1. Web 2.0 o web social**

- 11.1.1. La organización en la era de la conversación.
- 11.1.2. La web 2.0 son las personas.
- 11.1.3. Nuevos entornos, nuevos contenidos.

11.2. Comunicación y reputación digital

- 11.2.1. Gestión de crisis y reputación corporativa online.
- 11.2.2. Informe de reputación online.
- 11.2.3. netiqueta y buenas prácticas en las redes sociales.
- 11.2.4. *Branding y networking 2.0*

11.3. Plataformas generalistas, profesionales y *microblogging*

- 11.3.1. Facebook.
- 11.3.2. LinkedIn.
- 11.3.3. Google +
- 11.3.4. Twitter.

11.4. Plataformas de vídeo, imagen y movilidad

- 11.4.1. Youtube.
- 11.4.2. Instagram.
- 11.4.3. Flickr.
- 11.4.4. Vimeo.
- 11.4.5. Pinterest.

11.5. *Bloging corporativo*

- 11.5.1. Cómo crear un blog.
- 11.5.2. Estrategia de marketing de contenidos.
- 11.5.3. Cómo crear un plan de contenidos para tu blog.
- 11.5.4. Estrategia de curación de contenidos.

11.6. Estrategias en social media

- 11.6.1. El plan de comunicación corporativa 2.0
- 11.6.2. Las relaciones públicas corporativas y el social media.
- 11.6.3. Análisis y evaluación de resultados.

11.7. *Community management*

- 11.7.1. Funciones, tareas y responsabilidades del *Community manager*.
- 11.7.2. *Social Media Manager*.
- 11.7.3. *Social Media Strategist*.

11.8. Social media plan

- 11.8.1. Diseño de un plan de social media.
- 11.8.2. Definición de la estrategia a seguir en cada medio.
- 11.8.3. Protocolo de contingencia en caso de crisis.



*Una experiencia de actualización
única, clave y decisiva para impulsar
tu desarrollo profesional”*

07

Perfil de nuestros alumnos

El **Máster Título Propio en Dirección de Marketing** es un programa dirigido a profesionales del marketing que quieran actualizar sus conocimientos, descubrir nuevas formas de llevar a cabo con éxito su labor y avanzar en su carrera profesional.

La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades conforma el enfoque multidisciplinar de este programa.





“

Si tienes experiencia en marketing y buscas una interesante mejora en tu trayectoria mientras sigues trabajando, éste es tu programa”

Edad media

Entre **35** y **45** años

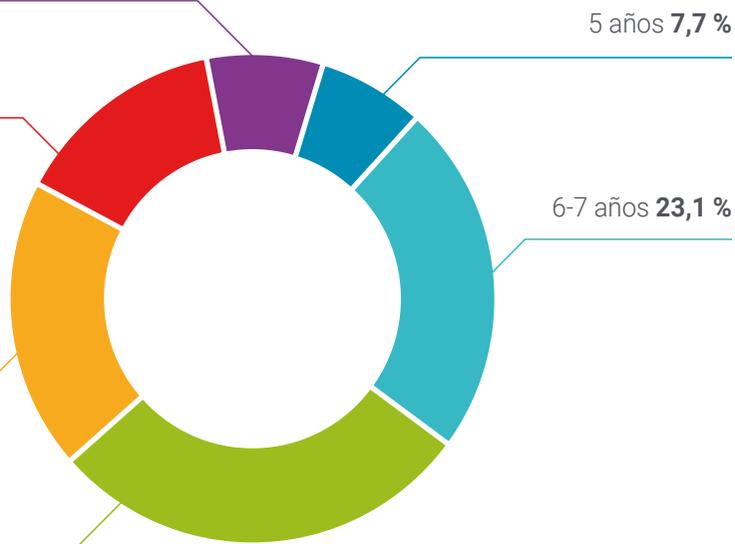
Años de experiencia

+ 14 años **8,5 %**

12-13 años **13,8 %**

10-11 años **19,2 %**

8-9 años **27,7 %**



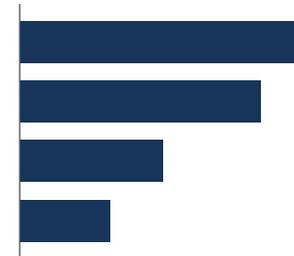
Formación

Empresariales **51 %**

Económicas **30 %**

Ingeniería **12 %**

Ciencias sociales **7 %**



Perfil académico

Banca comercial / Privada **20 %**

Consultoría **10 %**

Industria **13 %**

ONG / Entidades públicas **5 %**

Capital riesgo **5 %**

Energía / Construcción **15 %**

Transporte y automoción **7 %**

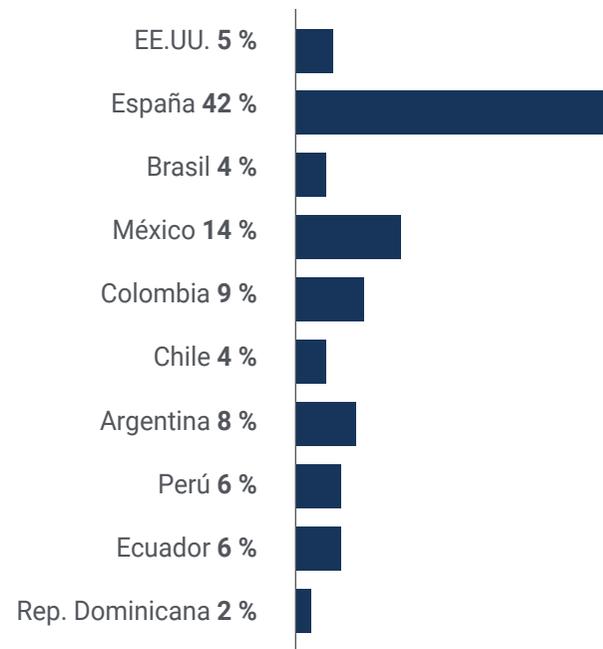
Banca / Bolsa **4 %**

Telecomunicaciones **2 %**

Otros **19 %**



Distribución geográfica



Tania Rios

Directora de Marketing

“Por mucho que uno lo desee, plantearse un Máster de esta envergadura no es una cuestión sencilla y, más aún, cuando hay que compaginarlo con la actividad profesional y la vida familiar. No obstante, el Máster en Dirección de marketing y Marketing Digital me ofreció la posibilidad de lograrlo. Un buen profesorado junto con un grupo heterogéneo de compañeros, hizo aún más enriquecedora la experiencia y el aprendizaje. En buena parte, como fruto de aquello, hoy soy Directora de Marketing en una gran empresa, nuevo cargo que ejerzo con ilusión y mi mejor hacer. En definitiva, he conseguido el merecido cambio por haber entrado en acción”

08

Impacto para tu carrera

Somos conscientes de que cursar un programa de estas características supone una gran inversión económica, profesional y, por supuesto, personal.

El objetivo final de llevar a cabo este gran esfuerzo debe ser el de conseguir crecer profesionalmente. Y hacerlo mucho...



“

Generar un cambio positivo en tu trayectoria profesional, ese es nuestro reto. Nos implicamos al máximo para ayudarte a conseguirlo”

¿Estás preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional te espera

El **Máster Título Propio en Dirección de Marketing** de **TECH - Universidad Tecnológica** es un programa intensivo que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales para la transformación digital. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional. Ayudarte a conseguir el éxito.

Si quieres superarte a ti mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarte con los mejores, éste es tu sitio.

No dejes pasar la oportunidad de formarte con nosotros y notarás cómo conseguirás la mejora que estabas buscando.

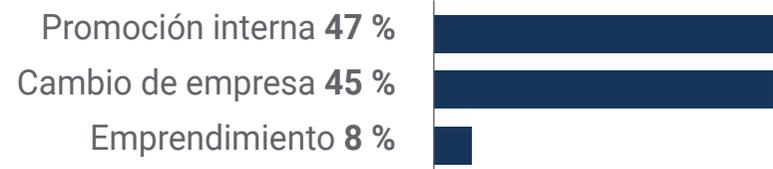
*Si quieres lograr un cambio positivo en tu profesión, el **Máster Título Propio en Dirección de Marketing** te ayudará a conseguirlo.*

Generar un cambio positivo

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **25 %**



Empresas que contratan a nuestros alumnos



09

Beneficios para tu empresa

El **Máster Título Propio en Dirección de Marketing** contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la formación de líderes de alto nivel.

Participar en este Máster supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.





“

El directivo aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización”

Desarrollar y retener el talento en las empresas es la mejor inversión a largo plazo

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

El directivo aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

Este programa refuerza el vínculo de la empresa con el directivo y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

Construcción de agentes de cambio

El directivo será capaz de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

Gracias a este programa, la empresa entrará en contacto con los principales mercados de la economía mundial.

05

Desarrollo de proyectos propios

El directivo puede trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I + D o Desarrollo de Negocio de su compañía.

06

Aumento de la competitividad

Este Máster Título Propio dotará a sus directivos de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

Y además

Business development project

Durante la realización del **Máster Título Propio en Dirección de Marketing** tienes la oportunidad de preparar a conciencia la puesta en marcha de nuevos proyectos en tu empresa o, incluso, tu propia idea de negocio, ya que en todo momento contarás con una asesoría experta y un seguimiento de primer nivel por parte de nuestros expertos en entrepreneurship.



10

Empresas colaboradoras

Te brindamos acceso a una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo, la comunidad **TECH - Universidad Tecnológica**.



“

En **TECH - Universidad Tecnológica** contamos con más de **3.000** profesores, más de **500** acuerdos con empresas a nivel internacional y **150.000** antiguos alumnos”





11

Titulación

El **Máster Título Propio en Dirección de Marketing** te garantiza, además de la formación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título universitario expedido por **TECH - Universidad Tecnológica**.



“

Supera con éxito esta formación y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

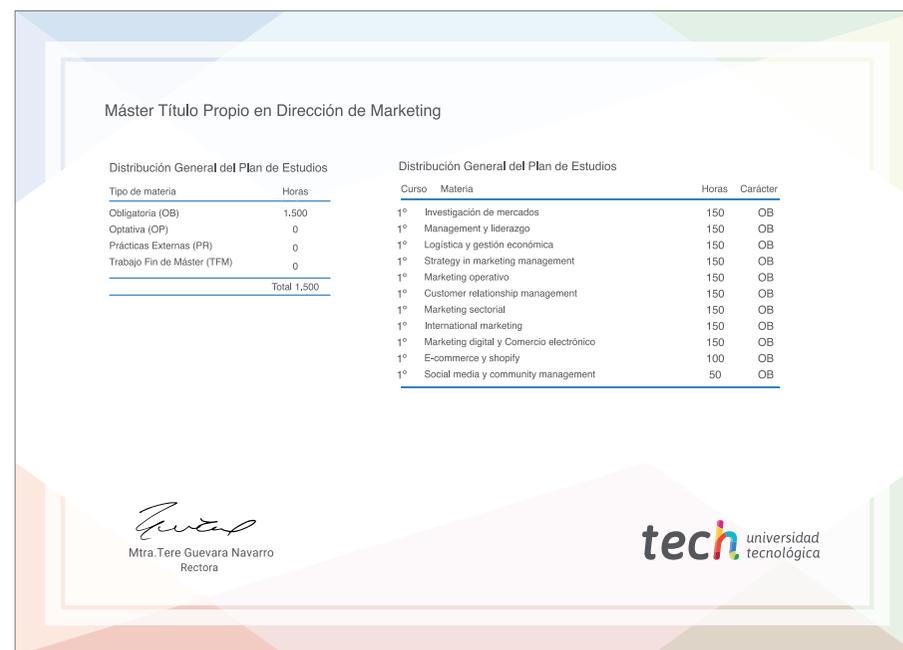
Este **Máster Título Propio en Dirección de Marketing** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de las evaluaciones por parte del alumno, éste recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente título emitido por **TECH - Universidad Tecnológica**.

El título expedido por **TECH - Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Master, y reúne los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Máster Título Propio en Dirección de Marketing**

Nº Horas Oficiales: **1.500 h.**



*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención con un coste añadido de 140€ más gastos de envío del título apostillado.



Máster Título Propio Dirección de Marketing

Idioma: Español

Modalidad: Online

Duración: 12 meses

Acreditación: TECH - Universidad Tecnológica

Horas lectivas: 1.500 h.

Dirigido a: **Titulados superiores y profesionales con experiencia demostrable en áreas comerciales y de marketing.**

Máster Título Propio

Dirección de Marketing

