Máster Executive: Área de Dirección de Marketing y Venta

Temario

Modulo Común: (220 horas)

1. Sistemas Integrados de Gestión (85 horas)
    - 1.0. Presentación.
    - 1.1. Los sistemas de gestión de calidad
    - 1.2. Modelos de excelencia
    - 1.3. Prevención de riesgos. Modelos de gestión
    - 1.4. Gestión medioambiental
    - 1.5. Trabajo práctico.
2. Competencias para la Dirección de Proyectos en las organizaciones (85 horas)
    - 2.0. Presentación.
    - 2.1. Conceptos fundamentales.
    - 2.2. Norma Internacional ISO 21500:2012. Guía para la Dirección de Proyectos.
    - 2.3. Modelos Internacionales de Gestión de Proyectos.
    - 2.4. Modelo IPMA basado en Competencias.
    - 2.5. Competencias Técnicas.
    - 2.6. Competencias Contextuales
    - 2.7. Competencias de Comportamiento.
    - 2.8. Trabajo práctico.
3. Dirección Gerencial (50 horas)
    - 3.0. Presentación.
    - 3.1. Las llaves de la Dirección.
    - 3.2. Competencias de la gerencia.
    - 3.3. Herramientas y técnicas en la gerencia.
    - 3.4. La dirección gerencial.
    - 3.5. Trabajo práctico.

Especialidad (160 horas). Área de Dirección de Marketing y Venta.

- 1.1. Dirección y Gestión de Marketing (40 horas).
    1. De la Calidad al Marketing.
    2. Plan Estratégico de Marketing.
    3. Plan de Marketing Operativo.
    4. Nuevos Medios de Marketing.

1.2. Publicidad y Social Media (40 horas).

1. El Sistema Publicitario, La Imagen Corporativa y el Plan de Comunicación Global.

1.1 El Sistema Publicitario

1.2 La Imagen Corporativa

1.3 Plan de Comunicación Global 2

2. La Agencia de Publicidad, sus Departamentos y Estrategias.

2.1 La Agencia de Publicidad: Departamento de Cuentas

2.2 La Agencia de Publicidad: Departamento Creativo

2.3 Estrategia Publicitaria

3. El papel de las Relaciones Públicas.

3.1 El papel de las Relaciones Públicas en la empresa

4. La Publicidad Online.

4.1 La Publicidad Online

5. Los Social Media.

1.3. Dirección Comercial y de Ventas (40 horas).

1. Habilidades directivas
2. Marketing Estratégico
3. Gestión de Grupos
4. Estrategia Comercial
5. Organización y Ventas

1.4. Gestión de la Comunicación Empresarial (40 horas).

1. Habilidades de Directivas de Comunicación.
2. Gestión de la comunicación en grupo.
3. Aplicabilidad del Coaching.
4. Comunicación Externa.
5. Oratoria. Comunicación de Impacto.

Intensificación profesional (80 horas)

1. Presencial Área de Dirección de Marketing y Venta.

Conferencias y resolución de casos prácticos en grupo.

Trabajo final (40 horas)

Dirección de un trabajo que aglutine los conocimientos del alumno adquiridos durante el Máster.

Evaluación final del Máster (5 horas)