

Plan de estudios

Máster en Dirección comercial

1. Marketing: fundamentos y herramientas

Brindar una base sólida sobre los fundamentos del marketing y las herramientas necesarias para entender y aplicar estrategias comerciales efectivas. El alumnado comprenderá los conceptos clave del marketing mix, el desarrollo de productos, la experiencia del cliente y la gestión de canales de distribución, aplicándolos como pilares fundamentales para el diseño de estrategias comerciales alineadas con los objetivos empresariales.

- ✓ Fundamentos del Marketing y su Evolución
- ✓ Estrategias de Marketing
- ✓ Determinantes del Marketing
- ✓ Marketing Mix: Integración de Canales Tradicionales y Digitales
- ✓ Desarrollo de Producto y Experiencia del Cliente
- ✓ Distribución comercial y canal de distribución
- ✓ Comunicación

3. Dirección de equipos comerciales

La finalidad de este módulo es capacitar al alumnado en la gestión efectiva de equipos comerciales, combinando liderazgo, motivación y herramientas de evaluación y retribución. Podrán seleccionar, formar y liderar equipos de ventas de alto rendimiento, empleando herramientas como el CRM y diseñando estrategias de retribución que impulsen los resultados comerciales.

- ✓ Selección de la red de ventas
- ✓ Capacitación Digital para Equipos de Ventas
- ✓ Dirección, liderazgo y motivación
- ✓ Seguimiento y evaluación de la red de ventas
- ✓ Sistemas de Retribución Inteligentes para Equipos de Ventas
- ✓ CRM en la dirección de equipos comerciales

2. Dirección comercial y Supervisión de la Red de Ventas

Dotar al alumnado de competencias estratégicas es esencial para planificar y supervisar la actividad comercial, incluyendo el análisis de variables y la gestión de clientes clave. Con este módulo el alumnado será capaz de desarrollar planes comerciales sólidos, organizar la estructura comercial de una empresa, realizar previsiones de ventas precisas y gestionar tanto mercados locales como internacionales.

- ✓ Los nuevos retos de la dirección comercial
- ✓ Planificación Comercial: Análisis de Datos y Business Intelligence
- ✓ Fundamentos estratégicos comerciales
- ✓ Previsión de ventas con análisis predictivo
- ✓ Gestión de clientes estratégicos con CRM
- ✓ Introducción a la exportación

4. La Venta Consultiva

El cuarto módulo profundiza en las metodologías y técnicas de venta consultiva, destacando la personalización y la adaptación a diferentes escenarios comerciales. El alumnado dominará procesos y modelos de venta consultiva, aplicando habilidades persuasivas, analizando tendencias de mercado y adaptando estrategias a los canales y escenarios actuales en los entornos B2B y B2C.

- ✓ Psicología de la Venta: Insights del Comportamiento del Consumidor
- ✓ La comunicación persuasiva
- ✓ Procesos comerciales y modelos de venta
- ✓ Métodos de venta. La metodología de la venta consultiva
- ✓ Modelos de desarrollo comercial B2C y B2B
- ✓ Evolución de la Visita Comercial: Presencial, Virtual y Mixta
- ✓ Escenarios y canales de venta consultiva

5. Organización y planificación del trabajo del vendedor

Enseñar técnicas de organización, planificación y gestión del tiempo para optimizar el desempeño comercial individual y colectivo será esencial en este módulo para que el alumnado sea capaz de planificar zonas y rutas de venta, definir tareas comerciales prioritarias, diseñar planes de acción efectivos y gestionar KPI comerciales utilizando herramientas de inteligencia empresarial (BI).

- ✓ Productividad y Eficiencia: Herramientas digitales para vendedores
- ✓ Optimización de Zonas y Rutas con Tecnología Geoespacial
- ✓ La actividad comercial funciones y tareas del vendedor
- ✓ Organización Comercial Flexible en Entornos Cambiantes
- ✓ Planificación Comercial con Business Intelligence
- ✓ Plan de acción del vendedor y gestión de KPI

6. Finanzas para Directivos Comerciales

Este último módulo proveerá al alumnado de competencias financieras esenciales para la dirección comercial, incluyendo análisis de estados financieros y presupuestos. Comprenderán la estructura financiera de una empresa, analizarán estados financieros para la toma de decisiones comerciales, evaluarán proyectos de inversión y gestionarán aspectos críticos como descuentos, morosidad y plazos de pago.

- ✓ Fundamentos del análisis económico - financiero y la visualización de datos
- ✓ Instrumentos de análisis patrimonial y de rendimientos de la empresa
- ✓ Análisis de los estados y resultados financieros
- ✓ Criterios de selección de inversiones y estrategias de optimización de capital
- ✓ Gestión de la salud financiera y comercial: descuentos, morosidad y plazos de pago
- ✓ Control presupuestario: gestión del cuadro de mando integral (Power BI)

Habilidades Directivas

Para responder a la actual demanda de las empresas de perfiles directivos, EAE Business School ha desarrollado este módulo con contenidos y ejercicios para cada una de las habilidades clave. Se deben superar los siguientes 4 bloques:

- 01. Liderazgo y Dirección**
Descubrirás herramientas para gestionar personas, impulsar el cambio y tomar decisiones estratégicas.
Habilidades: Liderazgo, Pensamiento Estratégico, Gestión del cambio, Gestión equipos y Delegación.
- 02. Desarrollo del talento**
Impulsarás el talento propio y ajeno.
Habilidades: Coaching, mentoring, sponsoring, Skills maping y Gestión del conocimiento.
- 03. Comunicación y relaciones interpersonales**
Aprenderás a gestionar emociones, dar feedback efectivo y hablar en público con confianza.
Habilidades: Networking y alianzas estratégicas, Gestión conflictos, Negociación, Comunicación
- 04. Habilidades personales**
Aprende a gestionar el tiempo, fortalecer la resiliencia y liderar con empatía a través de la inteligencia emocional.
Habilidades: Creatividad, Productividad, Resiliencia, Inteligencia emocional, Gestión energía personal.

Trabajo Final de Máster - TFM

El TFM es la culminación del proceso de aprendizaje y puesta en práctica de los contenidos del máster. El alumno podrá convertir en experiencia los conocimientos adquiridos además de desarrollar sus propias habilidades de análisis. Representa por tanto la consolidación e integración de los diferentes módulos y su transferencia en un supuesto real o ficticio.

- Demostrar la integración de los conocimientos y contenidos adquiridos en los diferentes módulos del programa.
- Demostrar la trasferencia de conocimientos y competencias a la realidad empresarial a partir de la aplicación, ya sea en la propia empresa o a través de una propuesta original.
- Desarrollar la capacidad de organización y gestión de proyectos.
- Sintetizar las ideas principales que definen el proyecto.
- Redactar de forma coherente relacionando todas las ideas del proyecto.