

Plan de estudios

Máster en Dirección de marketing y ventas

1. Estrategia y dirección de marketing

Este módulo se centra en el papel estratégico del director de marketing en la empresa. Aborda la formulación de estrategias competitivas, segmentación basada en datos y posicionamiento diferenciador. Los alumnos explorarán modelos de negocio disruptivos, el uso de KPIs avanzados y el impacto de las fintech en la toma de decisiones de marketing. Se pone especial énfasis en la coordinación entre departamentos y la transformación digital para liderar con éxito estrategias integrales.

- ✓ La dirección de marketing
- ✓ Marketing estratégico
- ✓ Segmentación de mercados y posicionamiento basado en datos
- ✓ Modelos de negocio disruptivos en la economía actual
- ✓ Analítica para estrategias de marketing
- ✓ Fintech aplicada al ROI de marketing

3. Bases del marketing operacional

En este módulo, se abordan las bases para gestionar marcas, diseñar experiencias omnicanal, fijar precios estratégicos y optimizar redes de distribución. El alumnado aprenderá a desarrollar campañas multicanal integradas y gestionar el ciclo de vida de productos con un enfoque en la innovación, sostenibilidad y satisfacción del cliente.

- ✓ Branding y gestión de marca en redes sociales
- ✓ Customer Experience Management
- ✓ Política de productos
- ✓ Pricing estratégico y algoritmos de fijación de precios
- ✓ Política de distribución y logística inteligente
- ✓ Comunicaciones de marketing integradas

2. Investigación de mercado, información y consumidor

Aquí, los estudiantes aprenderán a investigar el mercado utilizando metodologías ágiles y herramientas digitales. Se exploran tecnologías como la inteligencia artificial y el Big Data para la segmentación y predicción de tendencias. Además, se profundiza en el diseño de experiencias personalizadas con CRMs inteligentes, el análisis del comportamiento del consumidor y el uso de neuromarketing para potenciar campañas emocionales y estratégicas.

- ✓ Investigación de mercado con metodologías ágiles y herramientas digitales
- ✓ Inteligencia artificial y Big Data en investigación de mercados
- ✓ Customer Experience y CRM Inteligente
- ✓ Analítica predictiva y planificación con herramientas MarTech
- ✓ Comportamiento del consumidor
- ✓ Neuromarketing y estrategias de engagement emocional

4. Marketing operacional avanzado

Explorar conceptos avanzados en la gestión operativa del marketing, integrando sostenibilidad, nuevas tecnologías y modelos de decisión estratégica será muy interesante para el alumnado, ya que en este módulo podrá diseñar planes de marketing integrales y sostenibles, utilizando herramientas de analítica predictiva, estrategias éticas y modelos decisionales que respondan a los desafíos actuales del mercado.

- ✓ El marketing mix ampliado: automatización, procesos y experiencia
- ✓ Hiperpersonalización, interacción en tiempo real y analítica predictiva
- ✓ Marketing sostenible y ético
- ✓ Modelos de decisión basados en IA para marketing
- ✓ Plan de marketing integral: diseño ágil, ejecución automatizada y medición en tiempo real

5. Marketing digital

El alumnado adquirirá habilidades para diseñar estrategias digitales, gestionar audiencias en social media y optimizar plataformas de e-commerce. También aprenderán a integrar herramientas de MarTech, desarrollar campañas multicanal y ajustar continuamente las estrategias basadas en KPIs. Se cubren aspectos clave como la analítica digital avanzada, SEO/SEM, social commerce y la gestión de crisis online.

- ✓ Estrategia de Marketing Digital
- ✓ Analítica digital y medición de resultados
- ✓ Social media marketing y Social Commerce
- ✓ E-commerce
- ✓ MarTech stack: integración y optimización de herramientas digitales
- ✓ Plan de Marketing Digital

6. Comercialización / Gestión empresarial

Formar en la planificación y ejecución de estrategias de ventas, con un enfoque en la integración del marketing y la gestión comercial hará que el alumnado sea capaz de desarrollar planes de ventas efectivos, liderar equipos comerciales, negociar con éxito y aplicar estrategias de trade marketing y smarketing que optimicen el rendimiento comercial de la organización.

- ✓ Estrategia de Ventas
- ✓ Gestión de equipos de venta
- ✓ Trade marketing: del marketing de producto al marketing de cliente
- ✓ Smarketing: integración óptima de marketing y ventas
- ✓ Diseño y gestión del plan de ventas

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 mapping 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 transferencia 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.