



UABCEI
CAMPUS DE EXCELENCIA
INTERNACIONAL

PROGRAMA MASTERS
Marketing, Comercio
y Distribución

Master Online en Dirección de Marketing y Canales de Distribución >>>

Una formación de alto nivel para
afrontar los cambios en el área
del marketing y de la distribución



Master Online en Dirección de Marketing y Canales de Distribución

“Una formación de alto nivel para afrontar el reto de la globalización”

Los cambios en el panorama competitivo y la apertura de nuevos mercados conducen a la empresa a afrontar nuevos retos. Una mayor competitividad debe inclinarse obligatoriamente hacia la creación de nuevos productos, siempre más novedosos y a precios más competitivos. Paralelamente, la transformación del consumidor conlleva cambios profundos en la gestión de los canales de distribución.

Para mantenerse y crecer dentro del nuevo panorama competitivo, las empresas necesitan personal preparado capaz de identificar las oportunidades de negocio, de identificar las necesidades de los clientes y de saber definir y llevar a cabo estrategias competitivas de crecimiento en un mercado en constante evolución.

“¿Cómo afrontar estos nuevos retos?”

La gestión del cliente y los principales modelos de distribución comercial tradicionales resultan en la actualidad obsoletos. Las grandes transformaciones del panorama competitivo obligan a las empresas a dominar las más modernas herramientas del marketing. Actuando correctamente, la empresa conseguirá una mayor orientación hacia los consumidores y, por consiguiente, mayores ventas.

Para poder adaptarse a los nuevos modelos competitivos las empresas necesitan contar con personas capaces de diseñar estrategias competitivas de alto nivel, ya que el proceso de cambio está dando lugar a un importante reequilibrio de poder entre fabricantes y distribución, lo que ha provocado un gran desarrollo de técnicas y estrategias complejas de gestión empresarial.

El Master Online en Dirección de Marketing y Canales de Distribución se propone dar soporte a la empresa comercial en esta delicada fase de cambio en su funcionamiento, facilitando la transferencia y el desarrollo de las competencias necesarias para afrontar con éxito el proceso, e intensificando, al mismo tiempo, la dinámica innovadora y competitiva de las empresas comerciales.


10

Estas son sus bases:

- Enfoque eminentemente práctico que permite a los alumnos analizar situaciones concretas y trazar estrategias, gracias a la participación de directivos de reconocido prestigio, activos en las principales empresas de distribución españolas y extranjeras.
- Modelo de E-learning, altamente innovador, que permite a los alumnos asimilar los contenidos de una forma fácil y rápida. Dicho modelo está pensado para los profesionales que desean recibir una formación a distancia de calidad, adaptada a su disponibilidad horaria.
- Intervención de profesores directivos de diversas nacionalidades, conocedores de primera mano de la realidad de otros países, que facultarán a los alumnos en la realización de comparaciones a nivel internacional.
- Máxima interacción entre los alumnos y los directivos de las empresas a través de la participación de los alumnos en los foros de discusión.



Certificados con la UNE 66181: 08

	“Profesionales de todos los sectores cuya actividad actual o futura está relacionada con el campo del Marketing”	Nivel alcanzado		
		Empleabilidad	Asimilación	Accesibilidad
		5*	5*	4*

Dirigido a



El **Máster Online en Dirección de Marketing y Canales de Distribución** está disponible para todos aquellos titulados universitarios que deseen adquirir conocimientos y desarrollar habilidades profesionales relacionadas con el comercio, la distribución y el marketing, o bien, capacitarse para dirigir, administrar y gestionar con estilo innovador las empresas de comercio y distribución.

Objetivos



- Vincular al estudiante en un entorno global que amplíe su visión de negocios, a través de la participación de altos directivos con experiencias en los diferentes mercados del mundo.
- Proveer al estudiante de las herramientas necesarias para diseñar y aplicar de manera exitosa estrategias en las áreas de marketing, comercio y distribución.
- Desarrollar en el alumno la capacidad analítica, imprescindible en las áreas de marketing, comercio y distribución.
- Ofrecer conocimientos de otras áreas vinculadas al proceso de marketing, comercio y distribución, que permitan al alumno disponer de una formación integral y estimulen en él habilidades directivas propias de la gestión empresarial.
- Ofrecer un enfoque práctico y próximo a la realidad de mercado gracias a la metodología docente 4-learning, sobre los entornos de marketing, comercio y distribución.





Nuestra Metodología



Master Online tiene el compromiso de proporcionar formación 100% online especializada de alta calidad, asegurando un aprendizaje adaptado a las exigencias de los competitivos entornos empresariales permitiendo, de este modo, un desarrollo profesional de garantía para el estudiante.

Para materializar este compromiso, Master Online cuenta con herramientas metodológicas adaptadas a cada estudiante, **flexibles, dinámicas y de última vanguardia tecnológica**, cuya integración permite disponer de un innovador método docente que denominamos **4-Learning**.

La metodología **4-Learning** supera a la tradicional docencia on line y a distancia, que suponen superar las restricciones geográficas y temporales. Ya que, 4-learning implica, además de superar estas restricciones, aprender en un entorno basado en la vida real, en un entorno on-line, en el que la tecnología, Internet y las redes sociales se imponen a los sistemas convencionales que se integran en el día a día de la vida de las personas.

- » Gracias a ésta metodología el usuario solo requiere de los conocimientos básicos de ofimática.
- » De esta manera, el estudiante gestiona su propio aprendizaje, en base a aptitudes, y liderazgo en un formato docente y tecnológico de excelencia.
- » Por todo ello estamos convencidos de que, la perfecta combinación de los 4 elementos de 4-Learning supera igualmente la propia docencia presencial.

4 Learning



Red Social

Espacio digital en el que interactúan el Director del programa, los coordinadores académicos, profesores, tutor y alumnos, generándose de este modo una potente comunidad virtual que focaliza el proceso de formación y permite la socialización del grupo, acortando barreras y permitiendo la potenciación de sinergias e interactividad.



Gestión de Conocimiento por Contenidos

Contenidos académicos de cada asignatura o módulo, que constan de una conferencia inicial que guía el desarrollo académico del mismo, un archivo digital que puede ser descargado de manera fácil y rápida y un caso práctico a resolver. El caso práctico se plantea al inicio del módulo para ser desarrollado mediante los conocimientos adquiridos y está integrado en la evaluación del curso.



Gestión de Conocimiento por foros

Sistemas virtuales de interacción continua entre alumnos-profesores-tutores de cada master, que se integran en el aprendizaje del alumno y se activan para cada una de las diferentes asignaturas o módulos que componen un master.

Permiten la generación continuada de contenidos, así como la resolución de posibles dudas sobre el módulo al que se asocian en cada momento.



Gestión de conocimientos con materiales audiovisuales

El alumno dispone de material audiovisual complementario, consistente en conferencias dictadas por expertos en diferentes áreas de conocimiento. Este material se encuentra en el campus virtual, en un área especial denominada: **Mediateca**. Algunas de estas conferencias los alumnos las pueden visualizar en directo, ya que son transmitidas a través de la tecnología streaming.



Programa Académico



El **Master Online en Dirección de Marketing y Canales de Distribución** tiene una carga lectiva de 70 créditos, de los cuales 10 corresponden a la realización de un proyecto empresarial tutorizado.

Próximas ediciones:

Abril 2012 / 17a Ed. - Noviembre 2012 / 18a Ed.

* Duración: 12 meses

* Valor Académico: 70 créditos ECTS

* Precio: 3.385 € 17 Ed. / 3.650 € 18 Ed.

* Programa Profesional de Prácticas

* Idioma: Español

1

Módulo I: Marketing Estratégico

(5 créditos ECTS)

Introducción al marketing

El marketing mix

El consumidor y la segmentación de mercado

2

Módulo II: La Investigación de Mercado

(5 créditos ECTS)

Las funciones y las tipologías de información

El plan de investigación comercial

Las técnicas cualitativas y cuantitativas de investigación

3

Módulo III: Marketing Operativo

(5 créditos ECTS)

Las estrategias de producto y de marca

Las estrategias de precio

Las estrategias de comunicación

4

Módulo IV: El Plan de Marketing

(5 créditos ECTS)

Funciones y responsabilidades del plan

Los objetivos del plan

La estrategia del plan

Organización de la empresa orientada al marketing

5

Módulo V: Los Canales de Distribución

(5 créditos ECTS)

Organización de la distribución

Formas de asociación en los canales

Origen y efectos de los cambios en la distribución

Tipologías de los canales y de los agentes especializados

La función del merchandising en el comercio minorista

6

Módulo VI: La Franquicia como Forma de Colaboración en la Distribución

(5 créditos ECTS)

Formas de la franquicia

Figuras de la franquicia

El manual operativo de la franquicia

Código deontológico de la franquicia

7

Módulo VII: Sales Management I y II

(5 créditos ECTS)

La planificación de las ventas

La planificación de la red comercial

El control de las ventas



8

Módulo VIII: La Gestión de los RR.HH

(5 créditos ECTS)

Organización de la comunicación interna del equipo de ventas

Búsqueda, selección y organización del equipo de vendedores

La gestión del conflicto

9

Módulo IX: Nuevas Tecnologías Aplicadas

(5 créditos ECTS)

Negocio autoalimentable

Economías de red

Red de metcalfe

Herramientas de marketing online

Posicionamiento online

Target. Robots

Contenidos

Usuarios y clientes

10

Módulo X: Estrategia Financiera y Microeconomía Internacional

(5 créditos ECTS)

El presupuesto de tesorería

Cuenta de resultados y balance

La recuperación de la inversión y la gestión de existencias

11

Módulo XI: Branding Management

(5 créditos ECTS)

Conceptos generales.

Identidad / imagen / posicionamiento.

Definición de la estrategia.

Arquitectura de marca.

Gestión de la marca. Planificación operativa.

Sistemas de medición de resultados

12

Módulo XII: El CRM

(5 créditos ECTS)

Introducción al CRM.

La estrategia de CRM en la empresa.

Implementación de una estrategia de CRM.

13

Módulo XIII: Proyecto de final de master

(10 créditos ECTS)

Módulos Optativos

14

Módulo XIV: Psicología aplicada a las Ventas

(5 créditos ECTS)

Bases psicológicas de la venta

El proceso de venta

La comunicación no verbal en la venta

15

Módulo XV: La dirección de la red comercial

(5 créditos ECTS)

La función directiva en el ámbito comercial

La selección e incorporación de vendedores

La motivación del equipo comercial



Equipo Académico



Dirección y Coordinación General

DR. LLUIS JOVELL.
Profesor titular. Departamento de Economía Aplicada. Universitat Autònoma de Barcelona

Sub-Dirección

PROF.^a LUZ A. GOMEZ.
Programa Masters Marketing Comercio y Distribución. Universitat Autònoma de Barcelona

DR. ROSSANO EUSEBIO.
Profesor Agregado. Departamento de Economía de la Empresa. Universitat Autònoma de Barcelona

Coordinadora de Bienestar Universitario

SRA. KARELYS RAMÍREZ.
Programa Masters Marketing Comercio y Distribución. Universitat Autònoma de Barcelona.

Coordinador de Informatica

SR. ALFONS GONZALEZ
Programa Masters Marketing Comercio y Distribución. Universitat Autònoma de Barcelona.

Coordinador Técnico del Master

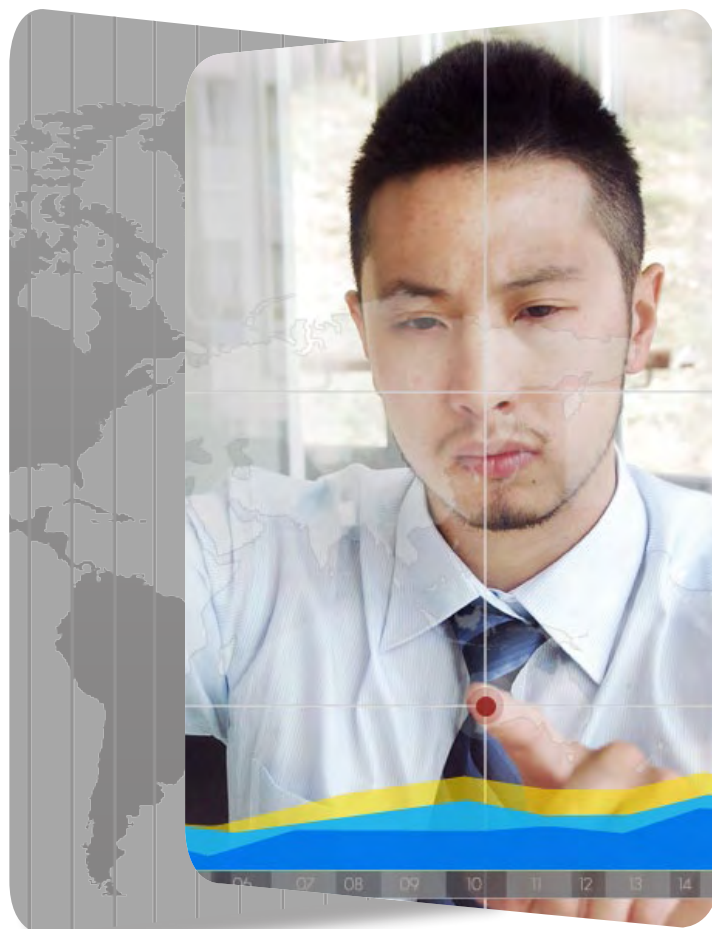
PROF. Agustí Turull.
Asesor Empresarial y Gestor de Proyectos (CIDEM)

Tutora Online del Master

SRTA. ARANTXA MARTÍNEZ.
Programa Masters Marketing Comercio y Distribución. Universitat Autònoma de Barcelona.

Coordinadora del Programa Profesional de Prácticas

PROF.^a LEONOR GARCÍA
Programa Masters Marketing, Comercio y Distribución. Universitat Autònoma de Barcelona.





PROFESORES



PROFESORES DE LA UAB

Jovell, Lluís. Doctor en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Ramón Llull (URL), Máster en Economía Aplicada por la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), Licenciado en Ciencias Económicas y Comerciales por la Universidad de Barcelona (UB) y Licenciado en Derecho en la Universidad de Barcelona (UB). Profesor Titular de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). Ha sido subdirector de la Facultad de Empresariales durante más de 5 años. Fundador y Director del Programa Másters Marketing, Comercio y Distribución de la UAB desde 1999. Director del Programa Citius de la UAB/Universidad Autónoma de Madrid y miembro de su Comisión Académica. Miembro de la Comisión Académica del Instituto Universitario de Postgrado de Madrid y director del Máster en Dirección Comercial y Marketing. Director de varios másteres y de programas de formación in company en el ámbito de la dirección de empresas internacionales, marketing y distribución, en la UAB. Ha realizado numerosas investigaciones, publicaciones y trabajos de consultoría. Es miembro de la Editorial Review Board de International Journal of Asian Business and Information Management (IJABIM) y del Comité Científico del Congreso Internacional de Economía Aplicada.

Eusebio, Rossano. Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Autónoma de Barcelona. Licenciado en Marketing por la Universidad de Turín (Italia). En su trayectoria profesional ha participado en numerosos proyectos de investigación y consultoría para empresas multinacionales de consumo y de servicios (Danone y General Electric entre otros). Destacamos el lanzamiento de la cadena hotelera "Si Dorme" y los trabajos de investigación para el Ayuntamiento de Barberà del Vallès y para la Cámara de Comercio e Industria de Terrassa/COPCA. Actualmente es profesor agregado de Marketing en el Departamento de Economía de la UAB.

Gutiérrez, Ángel. Licenciado en Ciencias de la Información y PDD por el IESE de Barcelona. Además ha sido formado como Coach en el Coaches Training Institute y como Trainer en la Dale Carnegie University. Cuenta con más de 15 años de trayectoria desempeñando posiciones de Dirección de Marketing, Dirección Comercial y Dirección General en empresas líderes de gran consumo como Bimbo, Repostaría Martínez y Bandai, colabora como Coach Ejecutivo y Trainer con diversas compañías. Profesor asociado de la UAB, ofreciendo docencia en Dirección Comercios y Marketing.

Sarrá, Amadeu. Licenciado en Administración y Dirección de Empresas y Máster en Dirección de Empresas por IESE. Vinculado a la empresa Telepizza ocupando diferentes puestos de responsabilidad, tanto en España como en el extranjero. Desde el año 2006 colabora como profesor asociado en el departamento de economía de la empresa de la UAB, en la asignatura de política financiera de la empresa.



PROFESORES INVITADOS DE OTRAS UNIVERSIDADES

Capó, Aina. Doctora en Economía y Empresa (Universidad de Girona, 2009). Su experiencia se basa principalmente en la dirección de diversas empresas, principalmente en el sector automovilístico y financiero. Profesora en la Universidad de Girona en Estadística Administrativa, Técnicas Cuantitativas y Cualitativas de Análisis Turística e Introducción a la Estadística.

PROFESORES DIRECTIVOS

De Losada, Joan Pere. Licenciado en Derecho por la Universidad de Barcelona, MBA por Harvard Business School y System Analysis por la University of Michigan. Ha sido miembro del Comité de Dirección de Olivetti España, con tareas ejecutivas como Director de Marketing, Director de Divisiones Comerciales, Director de Comunicación y Director de Desarrollo Corporativo. Se ha dedicado a la consultoría privada independiente para temas de Estrategia, Marketing, Identificación de Oportunidades, Evaluación de Proyectos y Transferencia Tecnológica tanto en España y Europa como en países árabes y Latino América.

Fernández de la Puente, Ignacio. Ingeniero de Telecomunicaciones. Máster en Gestión y Dirección de Empresas de la Universidad Autónoma de Barcelona. Experto en nuevas tecnologías, imparte clases en diferentes áreas relacionadas con las nuevas tecnologías en la Technische Universität München. Director de proyectos y jefe de grupo dirigiendo la automatización de determinados Head-Units.



García, Leonor. Profesora y Consultora de Marketing y Comunicación. Amplia experiencia en el área de Marketing y Comercial adquirida en importantes empresas de los sectores: consumo, venta directa y complementos de moda. Habituada a dirigir equipos y a desarrollar estrategias de internacionalización. Gran conocimiento de todos los ámbitos relacionados con la comunicación y el desarrollo e implementación de estrategias de marcas licenciadas de alto nivel, como Carolina Herrera, Paco Rabanne, Purificación García, etc.

González, Alfons. Director de Informática en PMasters y profesor de Marketing Digital y CRM en la Universidad Autónoma de Barcelona. Ha trabajado como ingeniero de software en varias multinacionales como TechData y Microsoft, en los departamentos de lenguajes de programación y sistemas operativos de red. Como ingeniero de Microsoft participó en los comités de evaluación y consulta de ODBC (tecnología de conectividad de bases de datos). Posteriormente ha sido ponente en eventos de Microsoft, como ALM, acerca de programabilidad de SQL Server 2008. Especializado en bases de datos relacionales, ha trabajado en proyectos de entidades públicas como EJIE (Gobierno Vasco).

Panzano, Javier. Licenciado en Marketing, Publicidad y Relaciones Públicas y Executive Máster in Business Administration por el Instituto de Empresa de Madrid. Actualmente es Director de Marketing y Formación de Euronics España. Es miembro del Marketing Committee de Euronics International y Presidente del Comité Electro de AECOC (Asociación Nacional de Centrales de Compra y Servicios) así como miembro del Comité Ejecutivo de la misma asociación. Profesor de Marketing Estratégico en CESTE Escuela Internacional de Negocios, Profesor de Dirección de Marketing en E.S.A.E. Escuela Superior de Administración de Empresas y Formador externo para diversas instituciones y empresas.

Sansó, Marc. Doctorando en Administración y Dirección de Empresas (Marketing). Responsable de Estrategia para Sectores de Movilidad, Agencia Catalana de Movilidad (ACC1Ó). Especialista del sector automoción. Planes de negocio, dinamización de clústers, y consultoría estratégica especializada en proyectos de internacionalización. Creación de macro planes estratégicos de fomento de la competitividad internacional de los sectores gestionados.

Serra, Montse. Licenciada en Psicología. Máster en Desarrollo Organizacional y Consultoría de Procesos. Actualmente se desempeña como tutora-coach en la Escuela de Gestión Empresarial. Ha trabajado como Psicóloga en el Grupo Branca, como técnico de orientación de los programas IORO (Departamento de Trabajo de la Generalitat de Catalunya), como delegada en la empresa Vedior Laborman.

Turull, Agustí. Licenciado en Ciencias Empresariales y Máster en Administración y Dirección de Empresas ESADE. Es asesor y consultor de empresas en el sector de los procesos estratégicos de la gestión empresarial y en el ámbito comercial y de marketing. Anteriormente desempeño el cargo de directivo en diversas empresas y sectores del tipo: químico, comunicación, médico-hospitalario, menaje- hogar- hostelería, tecnologías de la información y servicios.

Colabora con la UAB como profesor en diversos Máster y postgrados en la Escuela de Postgrado y la Escuela de Turismo de la misma universidad. También colabora en la Universidad Ramón Llull en diversas áreas y Máster.





Programa Profesional de Prácticas



El Programa Masters Marketing, Comercio y Distribución de la UAB, consciente de la importancia de poner en práctica los conocimientos y ejercitar las habilidades que los alumnos adquieren al cursar un postgrado o máster, además de tener una oferta formativa eminentemente práctica, desarrolla el Programa Profesional de Prácticas para poner en contacto a estudiantes y empresas con un objetivo común: el desarrollo profesional y la generación de talento.

En este sentido el Programa de Prácticas Profesionales, crea múltiples acuerdos con empresas e instituciones a través de convenios de colaboración para la acogida profesional de los alumnos.

Estos convenios permiten que empresas e instituciones dispongan de una fuente alternativa de talento potencial.

Ventajas para el alumno

- La oportunidad de complementar su formación con prácticas en empresas o instituciones de alto nivel.
- Crecer profesionalmente, dentro de la realidad empresarial española y europea.
- Enriquecer y profundizar los conocimientos específicos de su área de formación y de interés profesional.

Conseguimos excelentes resultados por ambas partes, ya que nuestros estudiantes crecen y se desarrollan profesionalmente y las empresas reciben un gran valor añadido de nuestros alumnos. En numerosas ocasiones, muchos de ellos han recibido ofertas laborales, posteriores a su experiencia en prácticas.

Bases del Programa Profesional de Prácticas

El Programa Profesional de Prácticas está regulado por la Normativa de la UAB. Es importante que tanto las empresas interesadas en participar, como los estudiantes candidatos a prácticas, tengan presentes los puntos que a continuación se especifican. Esto facilitará la relación entre las partes, y garantizará una experiencia satisfactoria.

Duración:



Las prácticas tienen una duración máxima de 960 horas, que deben cumplirse dentro del periodo lectivo del máster

Seguros:



Los alumnos que realizan prácticas, deben disponer de un seguro de salud, público o privado, que cubra todas sus necesidades en caso de enfermedad.

Al realizar el alumno su actividad laboral fuera de la universidad, debe también tener un seguro de accidentes

Seguimiento:



Para asegurar el óptimo desarrollo de las prácticas y una experiencia beneficiosa para la empresa y el estudiante, el estudiante recibe un seguimiento continuo por parte de un tutor asignado en la empresa y un tutor en la universidad.





UABCEI
CAMPUS DE EXCELENCIA
INTERNACIONAL

Programa Masters Marketing, Comercio y Distribución



Master Online en Dirección de Marketing y Canales de Distribución

Campus de la Universidad Autónoma de Barcelona

Bloque E, local 1, Vila Universitaria,
08193 Bellaterra (Cerdanyola del Vallés)
T. : (+34) 93 581 3431 - 93 581 4066
p.masters@uab.cat

www.pmasters.es
www.master-online.es

Visit us and join our community

facebook



www.facebook.com/PmastersUAB



Antes de imprimir, por favor tenga en
consideración el medio ambiente.

