

Estructura del PDMV

M1. ESTRATEGIA EMPRESARIAL

- Conceptos básicos
- Análisis del entorno
- Análisis interno de la empresa
- El análisis DAFO
- Planificación estratégica
- La toma de decisiones estratégica
- La puesta en práctica de la estrategia
- Internacionalización

Contenidos del cdrom

M2. MARKETING

- Conceptos básicos

- Lectura complementaria. La miopía del marketing
- Caso 1. La publicidad de Benetton al límite
- Caso 2. El miedo a volar después del 11/9
- Caso 3. Barbie se informatiza
- Caso 4. Un supermercado Plus Fresc para cada cliente
- Caso 5. Pastelería Maika
- Caso 6. Fontdor: el agua de la vida

- La dirección de marketing

- Caso 1. MRW, la gestión de Francisco Marín
- Caso 2. La familia Ferrer y el negocio del cava
- Caso 3. Los doce años de Cardhu
- Caso 5. Imaginarium: un mundo para los pequeños
- Caso 4. DOGI, International Fabrics

- Segmentación de mercados y posicionamiento

- Caso 1. La luz de Salou
- Caso 2. La estrategia de lanzamiento de Volkswagen Lupo en España
- Caso 3. Los americanos sueñan con un Beetle
- Caso 4. Las mujeres de Mango

- El consumidor

- Caso 1. Danone, la bebida de larga vida
- Caso 2. Cómo cambiar de año
- Caso 3. Ya.com
- Caso 4. Entre aviones y Aldeasa

- La investigación de marketing

- Caso 1. Royal & Sunalliance: Cómo desarrollar con éxito una estrategia de CRM
- Caso 2. Zara: el uso eficiente de las tecnologías de la información
- Caso 3. Kit Kat, la renovación de una marca líder

Contenidos del cdrom

M3. MARKETING MIX

- Gestión de productos
- Gestión de precios
- La distribución comercial
- La comunicación

Contenidos del cdrom

M4. LA VENTA PERSONAL/CASOS DE ÉXITO EMPRESARIAL

Venta personal y dirección de ventas

Introducción Objetivos

1. La venta personal como estrategia de comunicación

- 1.1. Venta personal y comunicación
- 1.2. Concepto actual de venta personal

2. El papel del vendedor y del director de ventas

- 2.1. El vendedor
- 2.2. El director de ventas
- 2.3. Importancia de las relaciones en el contexto de la venta personal
- 2.4. La venta relacional
- 2.5. Habilidades de venta

3. El proceso de venta personal

- 3.1. Las diferentes etapas de la venta

4. Funciones básicas del director de ventas

- 4.1. Planificación del equipo de ventas
- 4.2. Objetivos y gestión del territorio
- 4.3. Organización del equipo de ventas
- 4.4. Motivación y remuneración
- 4.5. Evaluación y control

Casos prácticos

- Caso 1. Un mundo de plástico la empresa plásticos S.A.
- Caso 2. Ose S.A. se hace camino al andar

Casos de éxito empresarial

1. Estrategia

- Caso: Innovar para competir: las experiencias de Apple y Sony
- Caso: Cómo rentabilizar un patrocinio: Toshiba en el mundial de Alemania
- Caso: Amazon Versus Barnes & Noble
- Caso: Iberdrola, RSE, algo más que una operación de imagen

2. Marketing

- Caso: El caso DHL: ¿Es posible la fidelización y la retención de clientes?
- Caso: Nestle y su estrategia de comunicación
- Caso: Cisco: Lecciones sobre Branding
- Caso: Unilever, El enfoque publicitario de la marca
- Caso: El lanzamiento mundial de Mach3 de Gillette
- Caso: Del viejo " limón " al nuevo escarabajo, la campaña publicitaria de Volkswagen
- Caso: Los buscadores la herramienta publicitaria de Internet

3. Ventas y atención al cliente

- Caso: Dell o cómo diseñar un sistema completo de ventas
- Caso: Caja Madrid: un enfoque integral de servicio al cliente
- Caso: IBM, La reorganización de los procesos entorno al cliente
- Caso: El error de Boeing, cómo una falta de comunicación entre fabricación y ventas causa un grave problema
- Caso: el caso práctico de Condisline

Incluye cdrom del plan de marketing

M5. HERRAMIENTAS DE DESARROLLO PROFESIONAL

- Gestión del tiempo
- Técnicas de comunicación
- Comunicación e imagen empresarial
- Negociación y resolución de conflictos
- Motivación
- Liderazgo
- Trabajo en equipo
- Dirección de reuniones y presentaciones

Contenidos del cdrom

MÓDULOS ONLINE

- La estrategia de ventas
- El impacto de las nuevas tecnologías
- Finanzas y contabilidad para no financieros

1. Los resultados de la empresa
Concepto de resultado
El coste de los materiales
La amortización
La cuenta de pérdidas y ganancias
Los resultados
2. El patrimonio de la empresa. Balance de situación
El balance de situación y sus componentes
Criterios de valoración de activos
Estado de origen y aplicación de fondos
3. Contabilidad de costes
Tipos de costes
Sistema de costes
Costes directos
El sistema de costes totales
4. Análisis de estados financieros
Análisis de un solo balance
Análisis de dos o más balances
Análisis del resultado
El punto de equilibrio
Análisis de rentabilidad
5. Control presupuestario
Concepto
Proceso de elaboración del presupuesto anual
Cuenta de pérdidas y ganancias previsional
Presupuesto de caja
Balance de situación previsional
Control presupuestario
6. Planificación financiera
Concepto y objetivos
Proceso de elaboración del plan financiero
Confección de estudios de viabilidad
7. Análisis y selección de inversiones
Aspectos previos a la selección de inversiones
Métodos de selección de inversiones
8. Financiación
La financiación mediante capital y reservas
La financiación mediante subvenciones
La financiación mediante deuda
Coste medio de la financiación (coste de capital)