



Título propio reconocido por:
 UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA BARCELONATECH

POSGRADO EN DIRECCIÓN COMERCIAL Y VENTAS

DOBLE TITULACIÓN

1



Título propio Euncet Business School

2



Título propio reconocido por UPC

Posgrado de formación permanente



DURACIÓN
4 meses



30 ECTS
(120 h lectivas)



HORARIO
Viernes 16-20 h
Sábados 9:30-13:30 h



MODALIDAD
Presencial

PRESENTACIÓN

Son muchos los profesionales en activo que según la evolución de su trayectoria desarrollarán tareas de gestión y dirección en las empresas en que trabajan, para las que sus capacidades adquiridas en su formación inicial son insuficientes, especialmente, en cuanto a la estrategia y la toma de decisiones que afecta a las diferentes áreas de la empresa.

El posgrado en Dirección Comercial y Ventas está diseñado para responder a los nuevos retos de profesionales y directivos del área de ventas que ofrece un entorno extraordinariamente competitivo y cambiante como el actual. Proporciona los conocimientos y habilidades necesarias para convertirse en un profesional competente tanto en ventas como en la dirección de equipos comerciales, orientado a la cualificación y liderazgo de las personas de los equipos de ventas y la consecución exitosa de resultados mediante la implementación y explotación de un plan de acción comercial basado en los nuevos avances metodológicos y tecnológicos.

ASPECTOS DIFERENCIALES

Especialización

Un perfil de salida especializado en las funciones y responsabilidades de los profesionales del área comercial capaz de afrontar el proceso y las actividades de venta con rentabilidad, eficacia y eficiencia.

Éxito

Una visión integral del área comercial y una metodología que permita a la dirección comercial desarrollar con éxito sus funciones y responsabilidades y asegurar un control real de las operaciones en curso.

Dirección comercial

Un modelo de dirección comercial alineado con la visión y los objetivos estratégicos de la organización. Basado en el conocimiento de los procesos y el liderazgo del equipo de ventas.

Comunicación

Las habilidades de comunicación interpersonal requeridas en la actividad comercial.

Profesores de prestigio

Docentes de reconocida trayectoria académica y profesional, vinculados al mundo empresarial.

Euncet Expertise

+ 40 años formando profesionales y directivos en management, innovación y nuevas tecnologías.

EVALUACIÓN

Nuestros posgrados y másteres están basados en un modelo de evaluación por competencias, en el cual se valora el progreso del estudiante en la consecución de los objetivos planteados en el programa de estudios. Se basa en la reflexión y el análisis de casos prácticos de la vida real, simulaciones y Business Case que contribuyan a la toma de decisiones empresariales.



METODOLOGÍA

Sabemos que el aprendizaje es mucho más efectivo cuando el alumno deja de ser un sujeto pasivo para ser un sujeto activo e interactivo en el proceso de transferencia de conocimiento. Debido a esto, las metodologías de enseñanza de nuestros programas son:



CALENDARIO 2023-2024

■ Días lectivos

■ Acto de clausura

■ Domingos y días festivos

MARZO 2024

				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

ABRIL 2024

1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

MAYO 2024

		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

JUNIO 2024

				1	2
3	4	5	6	7	8
10	11	12	13	14	15
17	18	19	20	21	22
24	25	26	27	28	29
					30

JULIO 2024

1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

LA VENTA COMPLEJA

Objetivos y competencias

- Entender las claves de la actividad comercial y sus actores en ambas partes del proceso de compraventa.
- Familiarizarse con los términos y conceptos al uso.
- Planificar y ejecutar la gestión de una cuenta estratégica.
- Desarrollar la visión de las cuentas clave a largo plazo.
- Monitorizar el estado de cuenta y rastrear nuevas oportunidades de negocio.

Contenidos

- Introducción a la venta compleja.
- Cuenta estratégica.
- Desarrollo de la cuenta.
- Rentabilidad de la cuenta.

INTERACCIÓN CON EL CLIENTE

Objetivos y competencias

- Reflexionar sobre la importancia de vincular las fases del proceso de venta con del proceso de compra de nuestro cliente.
- Capacitar al alumnado para saber identificar los stakeholders en un proceso de compra, roles y toma de decisión.
- Dar a conocer y enseñar las herramientas de gestión avanzada de compras.
- Potenciar el business partnership como herramienta de gestión externa.
- Mostrar los KPI y reporting de un proceso de compra.
- Proporcionar al alumnado una visión global del rol del área de compras (alineamiento de compras con la estrategia de la empresa para generar valor y aumentar su competitividad sostenible).
- Acentuar la faceta interpersonal en el proceso de venta.
- Saber interactuar de manera más precisa con nuestros clientes para aumentar la ratio de éxito en nuestros pedidos.
- Establecer los pasos necesarios a llevar a cabo en las visitas a clientes.

Contenidos

- Entendiendo el proceso de compra.
- Análisis de nuestras actitudes interpersonales en comunicaciones públicas.
- La importancia del cómo.

EL PROCESO DE VENTA

Objetivos y competencias

- Reconocer la importancia de una correcta gestión comercial en el éxito de una empresa.
- Dominar las fases habituales de un proceso de compraventa y los aspectos claves sobre los que se ha de incidir en cada uno de ellos.
- Buscar y desarrollar hasta su cierre exitoso oportunidades de venta en mercados seleccionados.

Contenidos

- Conocimiento del mercado objetivo. Segmentación.
- Prospección.
- Preparación de visitas.
- Cualificación.
- Presentación de la propuesta de valor.
- Tratamiento de objeciones.
- Negociación y cierre.

DIRECCIÓN DE EQUIPOS COMERCIALES

Objetivos y competencias

- Definir la estrategia de ventas más adecuada para su compañía.
- Marcar objetivos y gestionar recursos y personas mediante la realización del Plan de Ventas.
- Dirigir un equipo comercial hacia dichos objetivos.
- Reconocer aquellas situaciones en las que una red de distribución aporta valor.
- Entender los aspectos claves en la gestión de la venta por canal.
- Reformular su propuesta de valor para que sea válida tanto para el canal como para el cliente final.

Contenidos

- Definición del plan de ventas.
- Conexión de plan de ventas con plan estratégico y de marketing de la compañía.
- Gestión de equipos comerciales.
- Definiendo el canal.
- El canal y el proceso de venta.
- Cadena de valor en la distribución.

GESTIÓN DE LOS RECURSOS DE VENTAS

Objetivos y competencias

- Conocer el impacto de la selección en la cuenta de resultados.
- Descubrir las claves para identificar y seleccionar a los vendedores ideales para nuestra organización.
- Sacar el máximo partido a los distintos proveedores de selección de personal.
- Comprender y desarrollar una estrategia de atracción y retención (Employer Branding).

Contenidos

- Impacto de la selección en la cuenta de resultados.
- Cinco aspectos clave para asegurar calidad en la selección.
- Cómo seleccionar y gestionar buenos proveedores de selección.
- Employer Branding.

CONECTANDO CON EL MERCADO

Objetivos y competencias

- Conocer las diferencias entre el marketing B2B y B2C.
- Poder elaborar un plan de marketing.
- Conocer diferentes estrategias y tácticas de marketing B2B.
- Conocer las diferentes herramientas que hay en el mercado para la automatización y optimización de las actividades de marketing.
- Conocer un modelo de negocio basado en la gestión de distribuidores.
- Construir una marca personal exitosa.
- Conocer y utilizar las redes sociales más relevantes para uso comercial.
- Sacar partido a las nuevas herramientas digitales.
- Obtener leads cualificados.
- Hacer seguimiento de prospectos y clientes a través de las RRSS.
- Generar contenidos indirectos vinculados a la marca para captar leads.

Contenidos

- Marketing B2B vs. B2C.
- Plan de marketing.
- Estrategias y tácticas de marketing.
- Herramientas para la automatización y optimización de las actividades de marketing.
- El marketing con distribuidores.
- Ecosistema digital.
- *Personal branding* en ventas.
- Redes sociales.
- Inbound marketing.
- Social Selling y digital selling.



DIRECCIÓN Y EQUIPO DOCENTE

RICARDO AGUIRRECHE

Director del posgrado en Dirección Comercial y Ventas.

Consultor ejecutivo en Ventas.

“Está diseñado para potenciar las habilidades que profesionales y directivos del área de ventas necesitan hoy en día y difícilmente se encuentran en el mercado laboral. Su contenido se nutre de las más recientes metodologías y, fundamentalmente, de la experiencia en aplicarlas que proporciona un selecto grupo de profesores que las ejercen diariamente con éxito en sus respectivas disciplinas”.



DR^a. MÓNICA UTRERA

Directora y fundadora de Eidos Competencies, consultoría de gestión de talento.



JUDITH CATALÀ

Socia Directora en CATALÀ HR - IT Search



CARLOS DIANA

Global Sales Director en Quercus Technologies



ELENA MADRID

Responsable de Marketing para Dassault Systèmes SOLIDWORKS en Iberia.



RAFAEL RICHART

Experto en operaciones, ocupando diferentes puestos en Danone.



ERNESTO SÁNCHEZ

Copyright Account Executive en Red Point.



MIGUEL ÁNGEL TRABADO

Formador de marketing y transformación digital. Top 5 Marketing Professors y Top 20 Marketing Influencers on Twitter.

PERFIL DEL ESTUDIANTE

El posgrado en Dirección Comercial y Ventas está dirigido a:

- Directores comerciales, gestores de cuentas, directores de marketing o gestores de productos que deseen mejorar las competencias clave para el desarrollo de una estrategia empresarial de éxito.
- Gestores de pymes y directores de delegaciones que quieran adentrarse en el área comercial.
- Otros perfiles profesionales que por su trayectoria ocupen o vayan a ocupar cargos de responsabilidad en el área comercial.



35,2 años
Edad media



9,05/10
Satisfacción de nuestros
estudiantes de posgrado
en Dirección Comercial
y Ventas

POSICIÓN EMPRESARIAL

· COMERCIAL	55 %
· ADMINISTRACIÓN	27 %
· MARKETING	12 %
· DIRECCIÓN	3 %
· INGENIERÍA	3 %

ESTUDIOS

· INGENIERÍA	41 %
· ADE	21 %
· MARKETING Y PUBLICIDAD	17 %
· RR. HH.	7 %
· DERECHO	3 %
· OTROS	11 %

CÓMO SE IMPARTE

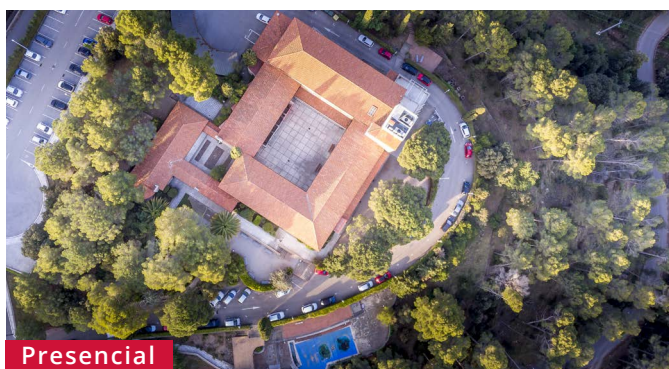
MODALIDAD PRESENCIAL

Se imparte en modalidad exclusivamente presencial, donde los estudiantes asisten regularmente a clase, en una experiencia exclusiva y absolutamente inmersiva que permite un aprovechamiento máximo de cada sesión.

Este modelo se basa en la metodología learning by doing (saber-saber hacer), la cual apuesta por el aprendizaje práctico y participativo en un entorno de trabajo colaborativo.

Paralelamente, el material de estudio será accesible desde cualquier dispositivo electrónico: tableta, móvil u ordenador y podrá ser consultado en cualquier momento.

DÓNDE SE IMPARTE



EUNCET CAMPUS TERRASSA

Euncet Business School
Camí del Mas Rubial, 1
08225 · Terrassa (Barcelona)

PROCESO DE ADMISIÓN



Periodo de admisión: **abierto**

BONIFICACIÓN

Este posgrado es bonificable mediante la Acción Formativa de la FUNDAE.

FINANCIACIÓN

¡Podemos ayudarte!

Euncet Business School cuenta con un programa de becas y ayudas al estudiante.



Título propio reconocido por:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

FORMAMOS PROFESIONALES PARA TRANSFORMAR EL MUNDO

executive@euncet.com / 935 476 066 / 680 582 321 ☎
www.euncet.com

