

PROGRAMA EJECUTIVO DE MARKETING ESTRATÉGICO

Módulos que conforman este Programa Ejecutivo:

Gestión de Campañas de Marketing. Cómo incrementar la eficacia de los planes de Marketing

16 y 17 de Noviembre de 2011

www.execed.ie.edu/campanasmarketing

Neuromarketing: Activa el botón de compra de tus clientes

23 y 24 de Noviembre de 2011

www.execed.ie.edu/neuromarketing

El Plan de Marketing como Herramienta Estratégica (Programa Online)

18 de enero al 3 de febrero de 2012

www.execed.ie.edu/onlineplanmarketing

La Marca como concepto estratégico: Innovación, creatividad y tendencias. Casos de éxito

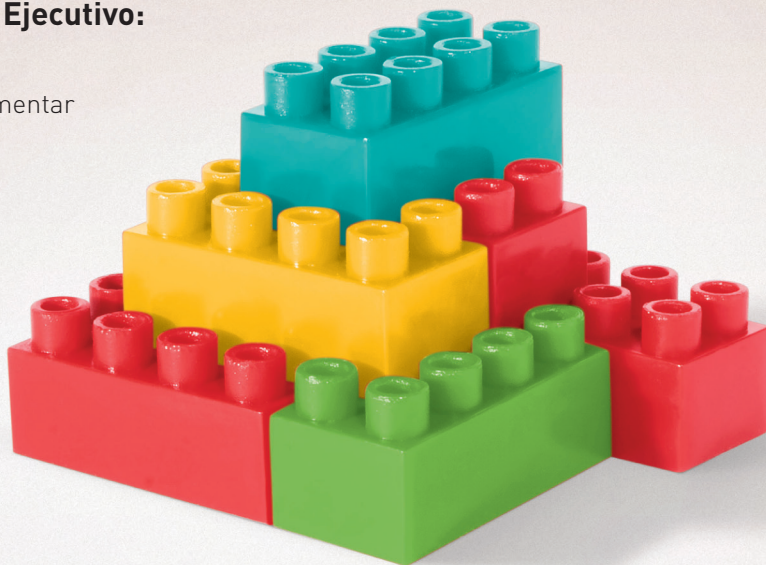
29 febrero y 1 de Marzo de 2012

www.execed.ie.edu/marca

Marketing Estratégico y de Innovación: Reinvente su Negocio Creando Valor desde un Nuevo Marketing

9 y 10 de Mayo de 2012

www.execed.ie.edu/marketingestrategico



CONSTRUYE TU MISMO TU DESARROLLO PROFESIONAL.

LA FORMACIÓN QUE NECESITAS EN EL FORMATO QUE TU CARRERA DEMANDA

PROGRAMA EJECUTIVO DE MARKETING ESTRATÉGICO

OBJETIVO DEL PROGRAMA EJECUTIVO

El objetivo a alcanzar con el Programa Ejecutivo de Marketing Estratégico es conocer en profundidad todos los temas relacionados con el marketing en las empresas y ponerse al día con las novedades y tendencias surgidas: desde la confección de un plan de marketing; pasando por Cómo incrementarla eficacia de los planes de marketing; abordar el desarrollo de Marca como proceso de planificación estratégica y la creación de valor de la marca para la empresa y para los consumidores; tratando de entender la diferencia entre vender productos y comercializar Marcas, así como analizar las nuevas tendencias en marketing con el objetivo de reorientar nuestro negocio aportándole valor.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

Por una parte Ejecutivos y Responsables de Marketing; y, por otra, empresarios, responsables de Desarrollo de Negocio y Directores Generales que quieren impulsar su consideración del marketing como una fuente de ventajas competitivas sostenibles y como un elemento diferenciador e integrador de gran importancia en la construcción del futuro de sus empresas. Directivos y profesionales del área de Marketing, mandos de rango intermedio con o sin experiencia en Marketing, emprendedores y fundadores de pequeñas y medianas empresas, y a todos aquellos directivos con responsabilidades directas en la estrategia de marketing de la empresa. Cargos interesados: Directores Generales, Directores de Marketing, Directores de Unidades de Negocio, Gerentes, Directores y Responsables de Marketing, Directores y Responsables Comerciales, Directores de Desarrollo, Directores Comerciales, Directores de Ventas, Jefes de Venta, Directores de Comunicación, Product Managers, Category Managers, Brand Managers, Key Account Managers, Directores de Estrategia, Directores de Comunicación, de Relaciones Públicas, Jefes de Ventas, Directores de Comunicación, Responsables de Trade Marketing, Consultores y profesionales del área.

METODOLOGÍA

Se trata de un programa intensivo en el que se combinan las sesiones lectivas con conferencias y experiencias prácticas. Esta metodología facilita la puesta en marcha de los conceptos aprendidos a lo largo de las sesiones, tanto en el desarrollo del programa como en la propia empresa. Este programa se plantea desde una óptica rigurosamente práctica, mediante la implementación de herramientas básicas, con estudios y análisis profundos de aplicaciones prácticas en casos reales de éxito. Un elegido grupo de profesores, auténticamente expertos en la materia, tanto desde el punto de vista académico como ejecutivo, le brindarán la oportunidad única de analizar un cúmulo de experiencias, realizadas por Empresas Líderes de diferentes sectores. Además este programa se hará compatible con el manejo de una serie de conceptos novedosos, que permitirá que los participantes puedan adquirir los conocimientos y las habilidades necesarias en las materias presentadas.

DISEÑA TU PROPIA FORMACIÓN



CONTROLA SITUACIONES DE CONTINUO CAMBIO Y ALTA COMPLEJIDAD



APRENDE CON TÉCNICAS FLEXIBLES

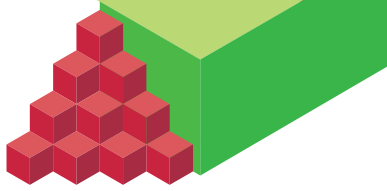


ALCANZA Y MANTÉN EXIGENTES METAS



MEJORA E IMPULSA TU FUTURO PROFESIONAL





GESTIÓN DE CAMPAÑAS DE MARKETING

CÓMO INCREMENTAR LA EFICACIA DE LOS PLANES DE MARKETING

Contenidos:

A lo largo del módulo aprenderá como planificar las campañas de marketing de su compañía de modo que incremente su eficacia. Se revisarán cuales son los principales aspectos a tener en cuenta para la **generación de las campañas**: definición de parámetros, de públicos objetivos, asignación de distintas prioridades a los productos ofrecidos al cliente, definición de las fases, objetivos económicos y plazos, optimización de los canales de comunicación y medios en los que se ejecutará la campaña, asignación recursos comerciales... Así mismo, se revisarán las **etapas de ejecución y control** de estos planes de marketing. El objetivo fundamental del seminario, es repasar los factores clave y básicos a la hora de desarrollar una campaña de marketing eficiente y eficaz y realizar un recorrido de las nuevas posibilidades que hoy en día están a nuestra disposición. En concreto analizaremos:

- Aspectos clave en el desarrollo de las campañas de marketing: el cliente como pieza clave.
- La utilización estratégica de las bases de datos de clientes y mercados: Marketing Intelligence
- Análisis de los medios más rentables a la hora de realizar según los objetivos de la campaña
- Las nuevas herramientas, medios y estrategias de relación con el cliente.
- Enfoque de proyecto en la gestión de Campañas de Marketing: identificación de objetivos (problemas y oportunidades), planificación, costes y control.
- Análisis de los conceptos de creatividad y de comunicación de marca, así como la gestión de campañas en el nuevo marco empresarial y con el uso de los nuevos canales de comunicación.

FECHAS Y LUGAR DE CELEBRACIÓN: MADRID, 16 Y 17 DE NOVIEMBRE DE 2011

PRECIO: 1.700 EUROS

www.execed.ie.edu/campanasmarketing

NEUROMARKETING: ACTIVA EL BOTÓN DE COMPRA DE TUS CLIENTES

Contenidos:

Se abordará una Introducción al neuromarketing: Los 3 cerebros y su receptividad a mensajes comerciales; ¿Por qué los consumidores nos mienten?; Códigos vs. Insights; 6 Reglas para el desarrollo de códigos poderosos que motivan deseos de compra; pasando por temas como CONSUMER PSYCHOLOGY: ¿CÓMO FUNCIONA LA MENTE Y CÓMO DEBEMOS INTERPRETARLA DESDE EL PUNTO DE VISTA COMERCIAL?; y se darán las claves para realizar un NEUROMARKETING PLAN: CLAVES DE ÉXITO: Diseño de productos y servicios con técnicas multisensoriales, Estrategias de precio basadas en neurobizz, Estrategias de comunicación, branding y posicionamiento en la era de las neuroaplicaciones

FECHAS DE CELEBRACIÓN: 23 Y 24 DE NOVIEMBRE DE 2011
DURACIÓN: 2 JORNADAS

PRECIO: 1.850 EUROS

www.execed.ie.edu/neuromarketing

EL PLAN DE MARKETING

COMO HERRAMIENTA ESTRATÉGICA (PROGRAMA ONLINE)

En este módulo los asistentes aprenderán a construir un Plan de Marketing eficaz alineado con la estrategia de su empresa. Asimismo conocerán cómo establecer objetivos y planificar las acciones adecuadas, tras un análisis de la situación presente y futura que garantice el éxito de su empresa, con el objetivo de fortalecer su/s marca/s y su oferta de productos/servicios en el contexto competitivo actual.

FECHAS Y LUGAR DE CELEBRACIÓN: DEL 18 DE ENERO AL 3 DE FEBRERO DE 2012
DURACIÓN: 2,5 SEMANAS. **CONTACTO:** DOLORES.PEREZ@IE.EDU. **LUGAR:** ONLINE

PRECIO: 945 EUROS

www.execed.ie.edu/onlineplanmarketing

LA MARCA COMO CONCEPTO ESTRATÉGICO

INNOVACIÓN, CREATIVIDAD Y TENDENCIAS. CASOS DE ÉXITO

Contenidos:

Hoy en día todos somos, en mayor o menor medida, usuarios de Marcas. Dentro del universo de productos, escogemos aquellos que decidimos según la información que recopilamos de ellas, en muchos casos, gracias al esfuerzo de marketing que realizan las empresas. En la actualidad, podemos afirmar que el símbolo distintivo de los profesionales del marketing es su capacidad de crear, mantener, proteger y reforzar las Marcas. En este sentido, poner Marca a un producto significa dotarle de una esencia particular, que identifique al vendedor o al productor del mismo y que al mismo tiempo lo diferencie de sus competidores. El objeto de este seminario es tratar de abordar, el desarrollo de Marca como proceso de planificación estratégica y la creación de valor de la marca para la empresa y para los consumidores; tratando de entender la diferencia entre vender productos y comercializar Marcas. A su vez, se analizará la forma de trascender el producto e ir más allá, para comunicar su esencia y atributos para que el consumidor encuentre un determinado sentido, pasando de lo meramente racional a lo emocional.

FECHAS DE CELEBRACIÓN: 29 FEBRERO Y 1 DE MARZO DE 2012 .

PRECIO: 1.950 EUROS

www.execed.ie.edu/marca

MARKETING ESTRATÉGICO Y DE INNOVACIÓN

REINVENTE SU NEGOCIO CREANDO VALOR DESDE UN NUEVO MARKETING

Este seminario nace de la anticipación y escucha de autores de primer nivel internacional que afirman que la función del marketing viene perdiendo peso, estando cada día más orientada al corto plazo y a los aspectos puramente tácticos. Por ello, y máxime en la situación actual, su "puesta al día" es condición necesaria para afrontar los retos actuales. A lo largo del programa plantearé una serie de mecanismos basados en la innovación y en el análisis estratégico del marketing que permitirá a los asistentes cuestionar sus actuales prácticas y buscar alternativas que ayuden a las empresas a desarrollar nuevas ventajas competitivas.

Contenidos:

- Cómo concentrarse en la creación de valor desde el área de marketing
- Coolhunting: Tendencias y modas ¿Cómo integrarlas en tus propuestas y actividades de marketing?
- ¿Cómo entender y optimizar el ecosistema marketiniano online?
- Barreras y Oportunidades para vender un proyecto de innovación en marketing
- Taller de Reinención
- La creación y retención de valor en torno a los intangibles gestionados por el marketing
- Cómo desarrollar modelos innovadores y ganas relevancia gracias a las nuevas tecnologías
- Formas innovadoras de patrocinio y alianzas
- Arteting experiencial

FECHAS DE CELEBRACIÓN: 9 Y 10 DE MAYO DE 2012
DURATION: 2 DÍAS

PRECIO: 1.950 EUROS

www.execed.ie.edu/marketingestrategico

MÓDULOS ONLINE TRANSVERSALES

**PROGRAMA ONLINE
RESPONSABILIDAD
SOCIAL CORPORATIVA**

**PROGRAMA ONLINE
INNOVACIÓN**

**PROGRAMA ONLINE
BUSINESS PLAN**

FECHA: 21 sept-7 oct 2011

FECHA: 14-31 marzo 2012

FECHA: 29 febrero al 16 marzo 2012

www.execed.ie.edu/programasonline

LUGAR: Online / **DURACIÓN:** 2,5 semanas / **PRECIO:** 945 euros **CONTACTO:** dolores.perez@ie.edu

CLAUSTRO PROGRAMA EJECUTIVO

ALONSO COTO, MANUEL

DEA en Psicología (especialidad Publicidad), UNED. DEA en CC. Económicas (especialidad Marketing), UNED. Advanced Management Program (AMP), IE BUSINESS SCHOOL. Executive MBA, IE BUSINESS SCHOOL. Master en Comercio Exterior, EOI. Ingeniero Industrial, Universidad de Oviedo (ETSI Gijón). Experto en Comercio Electrónico, AECE. Microsoft Certified Systems Engineer, New York. Ha sido Director Académico Adjunto del Master en Dirección de Empresas y Marketing, UNED, Technology Trainer, US Department of State, Profesor Visitante, Universidad de Oviedo. Actualmente es Co-Director Académico del Master in Digital Advertising & Communication, IE BUSINESS SCHOOL y Marketing Manager – Executive.

ARAGÓN, SALVADOR

Master en Dirección de Empresas (MBA), IE Business School. Ingeniero Industrial con la especialidad de Organización Industrial por la ETSII de San Sebastián, Universidad de Navarra. En la actualidad es Director General de Innovación del IE Business School, funciones que compagina con las de Director de Prospectiva y Consultoría de Infoempleo.com. Profesor del Área de Sistemas y Tecnologías de la Información del IE Business School.

BROTO, OLGA

Licenciada en Derecho, Universidad de Valencia. Master en Gestión del Comercio Internacional, Universidad de Valencia. Graduada en Marketing y Tecnología, IE Business School. Profesora del Área de Sistemas de Información del IE Business School.

KNAPP ALBERTO

Cuenta con más de 15 años de experiencia en televisión, móvil e internet. Actualmente es Socio Director en The Cocktail, donde ayuda a las principales empresas españolas a definir su presencia online. Es socio fundador de The Shaker, Lacoctelera.com e lwannagothere.net. Miembro del Future Trends Forum de la Fundación de Innovación Bankinter. Profesor Asociado del Área de Sistemas y Tecnologías de la Información del IE BUSINESS SCHOOL.

PESO-VIÑALS, JUAN JOSÉ

Profesor de Marketing del IE Business School. Socio de la firma líder en Estrategias de Clientes Daemon Quest. Fue parte del equipo fundacional de Human Group, Alta Gestión hoy integrado en Adecco. Ponente habitual en foros internacionales ExpoManagement, Forum Mundial de Marketing y Ventas.

SÁNCHEZ ROS, M^a DOLORES

En el año 1999 se incorpora al Grupo LVMH, en donde ha asumido puestos de responsabilidad en departamentos de Marketing y Ventas en diferentes empresas del grupo. Ha sido Key Account Manager en GUERLAIN y actualmente es Directora de Marketing de GIVENCHY PARFUMS del Grupo LVMH. Profesora Asociada de Executive Education de IE BUSINESS SCHOOL.

SÁNCHEZ SUÁREZ, FERNANDO

Ingeniero por la UPM y Licenciado en Marketing por ESIC. Posteriormente realizó diferentes estudios de postgrado: Top Management Programme (PAD) IE-London Business School y Postgraduate Internacional Marketing Programme, Florida Atlantic University, entre otros. Ha desarrollado una dilatada carrera profesional en diferentes posiciones de marketing, hasta ocupar responsabilidades de alta dirección, en compañías nacionales y multinacionales. Su última posición fue la de Consejero Delegado para España, Portugal y Norte de África del Grupo multinacional francés RCL. Ha sido Director del Centro para la Innovación Producción-Distribución y Subdirector General de IE Business School. Desde hace años es Profesor del Área de Marketing de IE Business School, experto en Marketing Estratégico, Channel Management y Trade Marketing. Fue miembro del Comité de Estudios del Observatorio de la Distribución del Ministerio de Economía. Es autor de diferentes publicaciones, estudios y de abundante material docente dentro de IE Business School. Ha sido Asesor de diferentes Empresas y Organismos Oficiales, como EROSKI, ANTENA 3TV o CEPSA entre otras. Ha participado en numerosos proyectos de Formación In-Company: Grupo L'Oreal, Grupo Telefónica, Ministerio de Defensa, Pfizer, Grupo Carrefour, Grupo Damm, Heineken, Schweppes, Grupo Campofrio, BMW, Grupo Saint-Gobin, Telepizza, Uralita, Roche, Ono, Banesto, entre otras muchas empresas. En la actualidad es Profesor de IE Business School y Presidente del Consejo Asesor de la Consultora Premium Advice.

EXECUTIVE EDUCATION CERTIFICATES

Los Executive Education Certificates suponen un reconocimiento formal del desarrollo del directivo, dentro de nuestra vocación de ofrecer un mayor nivel de servicio, temáticas de última tendencia, una personalización de la oferta y beneficios por fidelización, tanto para el directivo como para la empresa.

En un plazo máximo de 2 años, puedes planificar tu desarrollo formativo o el de otros profesionales de tu empresa, tanto de manera presencial como en formato online, a tu elección.

¿Cómo obtener un Executive Education Certificate?

- Recibirás el Executive Education Certificate del Programa Ejecutivo si realizas los módulos de un mismo programa ejecutivo, completando un total de 80 horas lectivas de formación como mínimo, en formato online o/y presencial, en el plazo máximo de dos años.
- Obtendrás el Executive Education Certificate Multidisciplinar completando un total de 80 horas lectivas de formación como mínimo, en módulos de distintos Programas Ejecutivos ya sean de la misma área funcional o de áreas funcionales combinadas, en formato online o/y presencial, en el plazo máximo de 2 años.
- Además en el caso de que desee realizar la formación de módulos independientes dentro de uno o varios programas ejecutivos, recibirá un certificado acreditativo de su participación en el módulo concreto realizado.

VENTAJAS

PARA EL DIRECTIVO:

- Tú diseñas tu propia formación.
- Máxima flexibilidad de planificación.
- Libertad de elección entre las últimas tendencias de múltiples materias.
- Visión más amplia para garantizar el máximo rendimiento del esfuerzo formativo.
- Reconocimiento formal de la formación desarrollada - Executive Education Certificate.
- Mayores posibilidades de networking.
- Beneficios por fidelización: Una vez realizado el primer módulo de cualquier Programa Ejecutivo y en un plazo máximo de dos años a partir del inicio del mismo, IE aplicará becas especiales en la inscripción a programas sucesivos.

PARA LA EMPRESA:

- Inversión en formación especializada sobre nuevas herramientas y mejores prácticas.
- Máxima flexibilidad en la formación de tus directivos para afrontar los retos inmediatos de la organización.
- Nuevas perspectivas e ideas innovadoras para desarrollar soluciones creativas para la empresa.
- Beneficios por fidelización: en el caso de formar a dos o más directivos de la misma empresa en nuestros programas, una vez iniciado por alguno de ellos el primer módulo de cualquier Programa Ejecutivo y en un plazo máximo de dos años, IE aplicará becas especiales en la inscripción de los mismos u otros directivos en programas sucesivos.

NUESTROS PROGRAMAS EJECUTIVOS

Programa Ejecutivo en **Gestión de los Recursos Humanos**

Programa Ejecutivo en **Negociación**

Programa Ejecutivo en **Habilidades Directivas**

Programa Ejecutivo en **Gestión de Procesos**

y Cadena de Valor

Programa Ejecutivo en **Gestión Estratégica de Proyectos**

Programa Ejecutivo en **Dirección Estratégica de Ventas**

Programa Ejecutivo en **Gestión de Canales de Ventas**

Programa Ejecutivo en **Marketing Estratégico**

Programa Ejecutivo en **Marketing y Publicidad Digital**

Programa Ejecutivo en **Finanzas Corporativas**

Programa Ejecutivo en **Fundamentos Financieros**

Programa Ejecutivo en **Gestión Financiera**

y Combinaciones de Negocio

Programa Ejecutivo en **Control de Gestión**

<http://execed.ie.edu/openprograms/ProgramasEjecutivos.aspx>

INFORMACIÓN GENERAL

DERECHOS DE INSCRIPCIÓN

Las bonificaciones que se pueden obtener al cursar nuestros Programas Abiertos, bien de manera individualizada o a través de nuestros Programas Ejecutivos, son las siguientes:

- Los alumnos de anteriores Programas Abiertos de Executive Education obtendrán una bonificación del 5%, los Antiguos Alumnos de IE Business School, del 10% y los miembros de la Asociación de Antiguos Alumnos del 30%.
- Si se inscribe más de una persona al módulo o la misma persona a distintos módulos, la segunda inscripción obtendrá una bonificación del 10%, la tercera del 15%, la cuarta del 20%, la quinta del 25% y a partir de la sexta del 30%.
- Adicionalmente, si realiza el pago de cada cuota con cuatro semanas de antelación a la fecha de celebración de cada uno de los seminarios se obtendrá un 5% de bonificación. Esta bonificación es la única acumulable a las anteriores.

Además te recordamos que nuestros programas pueden ser subvencionados por la Fundación Tripartita. Puedes obtener más información a través de su página web: www.fundaciontripartita.org

FORMALIZACIÓN DE LA MATRÍCULA

La formalización de la matrícula de cada uno de los módulos se debe realizar como fecha límite, 7 días naturales antes del comienzo de cada módulo. Se podrá realizar:

Por fax: enviando el boletín de inscripción del Programa Ejecutivo o de un módulo concreto al número 91- 563 26 32.

Por correo electrónico: enviando sus datos a: inscripciones@ie.edu
A través de nuestro boletín de inscripción online, disponible en nuestra web: <http://www.exced.ie.edu/web/programas>

CANCELACIONES

En caso de no poder asistir al módulo una vez formalizada la matrícula, se devolverá el 90% del importe, siempre que se comunique con al menos, tres semanas de antelación a la fecha del inicio. La sustitución de la persona inscrita por otra de la misma empresa podrá efectuarse hasta el día anterior al del inicio del curso.

DISTINTAS POSIBILIDADES DE ELECCIÓN EN LA PLANIFICACIÓN DE LA FORMACIÓN:

A) PROGRAMA MODULAR PARCIAL. Elección de uno o varios módulos por parte de uno o varios directivos de la misma empresa dentro del mismo Programa Ejecutivo



B) PROGRAMA EJECUTIVO MULTIDISCIPLINAR. Elección de uno o varios módulos por parte de uno o varios directivos de la misma empresa, combinando varios de los Programas Ejecutivos en cartera.



C) PROGRAMA EJECUTIVO FUNCIONAL Realización del Programa Ejecutivo completo por un directivo. En este caso, se obtiene el Executive Education Certificate correspondiente al Programa Ejecutivo realizado.

