



# Executive Marketing Manager Programa de Desarrollo en Dirección de Marketing

Con la colaboración de:



## ISTPB Business School

**ISTPB Business School** es la escuela de negocios on line del **Instituto Superior de Técnicas y Prácticas Bancarias (ISTPB)** especializada en programas de alto nivel sobre finanzas y gestión de empresas. El Instituto Superior de Técnicas y Prácticas Bancarias (ISTPB) **nace hace 30 años** para formar a profesionales financieros y durante estas tres décadas miles de directivos han recibido los diferentes master, postgrados, cursos y seminarios impartidos sobre las diferentes disciplinas relacionadas con el mundo de la banca, las finanzas y, en general, de la gestión empresarial, constituyendo un referente en el sector por su calidad y prestigio.



**ISTPB** pertenece a la Asociación Nacional de Centros de E-Learning y Distancia (ANCED), única organización empresarial de enseñanza y formación con certificación de calidad según la Norma ISO 9002 de ámbito internacional. Esta asociación, con el fin de garantizar el prestigio de sus miembros, evalúa la aptitud y medios de sus centros a través de auditorías de calidad. ISTPB, obtuvo la calificación de excelente en esa auditoría, que ha sido otorgada a muy pocos y prestigiosos centros españoles. Muchos de nuestros alumnos están trabajando en bancos, cajas de ahorros y otras entidades financieras, así como en los departamentos financieros de empresas de todos los sectores y tamaños, y encuentran en nuestros estudios una fuente de gran especialización y prestigio reconocido. Hay otro dato que habla sobre nuestra calidad: uno de cada cinco alumnos nuevos lo es por recomendación de un antiguo alumno y muchos de nuestros alumnos cursan más de un programa en nuestro centro.

**ISTPB Business School** representa nuestra vocación de dar respuesta al más alto nivel de formación a distancia, con atención y acceso directo a nuestro profesorado. Con programas de gran especialización y actualidad es una iniciativa única en el mercado producto de las décadas de experiencia formando a miles de profesionales.

Nuestros programas ofrecen una competitiva relación calidad-precio conscientes de que es preciso trasladar a los alumnos las ventajas de la mayor demanda que experimenta este medio de enseñanza. Por esta razón, aun ofreciendo una alta calidad, los programas de la ISTPB Business School tienen unos precios muy ajustados. Ofrecemos valores añadidos exclusivos, como es la asistencia voluntaria y sin coste a nuestros seminarios presenciales desarrollados en diversas ciudades españolas mientras se cursan los estudios y el acceso a publicaciones especializadas.

## Executive Marketing Manager

El programa **Executive Marketing Manager de la ISTP Business School**, escuela de negocios on-line del ISTPB especializada en programas de alto nivel, ofrece al alumno la formación que desarrollará sus capacidades orientadas a la Dirección de Marketing. El programa contiene un aporte teórico especializado, pero sobre todo se basa en la utilización de un **Simulador de Negocio on line**.

No sólo el alumno se capacitará en lo referente a la comercialización de productos y servicios, en cualquier mercado, sino que comprenderá las técnicas de dirección de marketing así como el funcionamiento real del mercado. Asimismo, el alumno podrá completar su aprendizaje con aquellas pautas de conducta que le permitirán alcanzar posiciones competitivas y de liderazgo. Este logro se puede alcanzar mediante el uso del simulador MMT que se incorpora al programa, siendo el único del mercado que utiliza un simulador de última generación de la potencia de MMT. Este método no capacita sólo para saber “acerca de”, sino para saber “cómo resolver”, basándose en la experiencia de la resolución de problemas que emulan por completo el devenir de los negocios en sus diversas variables.

### Información básica

- ▶ **Tipo:** Programa Executive de Desarrollo Directivo.
- ▶ **Duración:** 150 horas (Primer grupo de simulación de 2009 para comienzo en abril. El resto del programa de puede iniciar de forma inmediata).
- ▶ **Modalidad:** On line (mediante plataforma de e-learnig).
- ▶ **Precio:** 1.200 euros.



### A quién se dirige

Se dirige a postgraduados que deseen tener una capacitación en dirección de marketing cursando un programa de alto nivel o a profesionales en activo que deseen obtener una acreditación que les aporte un alto grado de reciclaje y actualización profesional.

## Executive Marketing Manager

### Metodología

Incorpora una combinación de teoría con un fuerte énfasis en las habilidades prácticas. Inmersos en un escenario de simulación, los participantes formarán parte del equipo de gestión y realizarán las actividades propias de una empresa. Por tanto, se va a introducir a los participantes en un laboratorio experimental. El método que se sigue se centra, por tanto, en vivir las 4 fases de la actividad empresarial:

- ▶ Análisis.
- ▶ Planificación.
- ▶ Ejecución.
- ▶ Control.



La experiencia de simulación está comprimida en el tiempo, de tal manera que lo que en circunstancias normales requeriría mucho tiempo, se concentra en unas semanas. El grado de realismo del simulador permite la formación práctica y por utilizarse un simulador de un sector que se pretende sea distinto al que trabajan o deseen trabajar los participantes se va a conseguir que éstos:

- ▶ No se sientas examinados en sus capacidades y desempeño habitual.
- ▶ Abran su campo de conciencia a nuevos retos.
- ▶ Eliminen prejuicios y renueven el enfoque de cómo resolver problemas en un entorno dinámico y multivariable.

### Objetivos

Que el participante, una vez finalizado el curso, haya:

- ▶ Afianzado unos sólidos conocimientos sobre la realidad del Marketing.
- ▶ Corregido los errores que comete en la acción.
- ▶ Abierto su campo de conciencia sobre el abordaje de nuevos proyectos.
- ▶ Evaluado y asumido sus posibilidades de mejora en su actividad diaria.
- ▶ Tenido una renovación positiva en su valoración de la función que desempeña.
- ▶ Sentido que ha participado en un experiencia formativa distinta y singular.
- ▶ Mejorado en sus habilidades de planificación y control.

Que le capacitan para:

- ▶ Obtener un reconocimiento en sus habilidades en dirección de Marketing.
- ▶ Aplicar de forma inmediata las habilidades adquiridas.
- ▶ Encauzar las emociones hacia actitudes positivas y provechosas.
- ▶ Mejorar en analizar, planificar, ejecutar y controlar.
- ▶ Mejorar sus habilidades de gestión.

## Executive Marketing Manager

### Ventajas diferenciales para los participantes con respecto a otros programas

- ▶ Formación eminentemente práctica con fuerte componente dinámico.
- ▶ Desarrollo de habilidades de gestión emulando la realidad.
- ▶ Aprendizaje y recordatorio de los fundamentos esenciales del Marketing.
- ▶ Aprender y practicar “la toma de decisiones”.
- ▶ Fomentar la capacidad de resolver problemas.
- ▶ Entrenamiento en el trabajo en equipo con otros alumnos del programa.
- ▶ Experiencia lúdica desde el punto de vista del reto que supone conocer los resultados que nos ofrece la simulación en base a nuestras decisiones.
- ▶ Visión de entorno complejo en el que se desarrollan los negocios.

### Desarrollo del Programa

El Programa del **Executive Marketing Manager** es totalmente on line y consta de una parte teórica y una parte práctica mediante simulador.

#### > PARTE TEÓRICA: Dirección Comercial y Marketing

Se desarrollará en el **Campus Virtual** de **ISTP BUSINESS SCHOOL**, donde el alumno tendrá acceso a toda la información y todos los materiales de estudio necesarios para el seguimiento de la parte teórica el programa.

A través del Campus Virtual el alumno podrá:

- ▶ Acceder al temario del Programa.
- ▶ Realizar los distintos exámenes o pruebas evaluativas.
- ▶ Contactar con los profesores.
- ▶ Realizar a su tutor todas las consultas que necesite.
- ▶ Comunicarse a través de foros y chats con otros alumnos.
- ▶ Consultar el Calendario del Centro para planificar sus estudios, la asistencia a Conferencias, etc.

En el Campus Virtual accederá al contenido de las unidades lectivas correspondientes a la parte teórica, cada una de las cuales se complementa con un resumen que le facilitará el estudio de cada unidad destacando los aspectos más importantes de la misma. Tanto las unidades lectivas como los resúmenes podrá descargarlos en su ordenador para visualizarlos también de manera off-line, sin que sea preciso conectarse al Campus Virtual cada vez que quiera estudiar.



## Executive Marketing Manager

La evaluación de cada unidad lectiva se efectuará con dos pasos, más un tercer paso final en cada módulo:

1. Un test no evaluativo para que compruebe su nivel de estudio antes de pasar a realizar el examen de nota.
2. Examen de nota: Cuando crea estar preparado, podrá realizar de manera on-line el examen correspondiente a cada unidad. El feedback de los exámenes será inmediato, con lo que sabrá el resultado de su examen al momento.
3. Examen Final: Una vez halla realizado los exámenes correspondientes a cada unidad, el alumno pasará a realizar el Examen Final que engloba todo el temario del Módulo, que reflejará objetivamente su nivel de conocimiento y le servirá para conocer si realmente está preparado para abarcar mejor posiciones de liderazgo.

### > PARTE PRÁCTICA ON LINE: Simulador de Negocios MMT

Mediante la utilización del Simulador de Negocio MMT, basado en decisiones, se irá desarrollando un caso real y obteniendo los resultados del negocio. La práctica en el simulador estará tutorizada por un profesor que orientará al alumno en caso de duda o de uso de la plataforma de simulación on line.



# Programa teórico de Executive Marketing Manager

## Dirección Comercial y Marketing

### 1. INTRODUCCIÓN Y CONCEPTOS BÁSICOS

- ¿Qué es el Marketing?
- El Mercado
- La Globalización
- Una Forma de Concebir el Marketing: Filosofía y Técnica
- Evolución del Marketing a lo largo del Siglo XX
- La Técnica del Marketing
- Marketing
- Marketing Aplicado
- Marketing y Economía
- Marketing y Empresa
- Conceptos Básicos en Marketing
- Controlando el Marketing
- El Servicio

### 2. LA DIRECCIÓN COMERCIAL: FUNCIONES Y ENTORNO

- La Dirección Comercial
- La Dirección Comercial y la Dirección de Marketing
- El Mercado

### 3. INVESTIGACIÓN COMERCIAL

- Introducción
- Concepto
- Fuentes de Información
- Clases de Investigación
- El Cuestionario
- Técnicas de Investigación
- Análisis y Tratamiento de la Información

### 4. LA DEMANDA

- Conceptos básicos de la demanda
- La demanda y el mercado para la empresa
- Conocer la demanda para tomar decisiones en la empresa
- Dimensiones de la demanda
- Análisis de la demanda global y de marca
- Elasticidad de la demanda
- Previsión de la demanda
- Métodos de juicio de expertos
- Métodos causales

### 5. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

- El Marketing y los Consumidores
- Factores de Influencia en el Consumidor
- Comportamiento del Consumidor
- Comportamiento de las Organizaciones
- Modelos de Comportamiento del Consumidor
- El Consumerismo

### 6. POLÍTICA DEL PRODUCTO

- El producto como variable de la acción de marketing
- El producto y la oferta financiera

### 7. VARIABLES DEL MARKETING : PRECIO

- Conceptos fundamentales previos
- Conceptos básicos de la demanda
- Conceptos básicos de la oferta
- Fijación de los precios en función de la demanda
- Otros métodos de fijación de precios basados en la demanda
- Reflexiones sobre la demanda como mecanismo para fijar los precios

- Fijación del precio en función del coste
- La competencia: un factor decisivo en la fijación del precio
- Precios y estrategias de empresa
- El Euro y su Impacto en la Empresa
- El precio en el comercio electrónico

### 8. VARIABLES DEL MARKETING: DISTRIBUCIÓN

- La Distribución Física
- El Canal de Distribución

### 9. PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN

- Introducción a la Comunicación
- Formas de Comunicación (I): La Publicidad
- Formas de Comunicación (II): La Venta Personal
- Formas de Comunicación (III): La Promoción de Ventas, El Marketing Directo y las Relaciones Públicas

### 10. PLANIFICACIÓN COMERCIAL: ORGANIZACIÓN Y CONTROL. EL PLAN DE MARKETING

- El Plan de Marketing
- Proceso
- Resultado

### 11. VARIABLES DE MARKETING: SERVICIO

- Conceptos fundamentales
- Objetivos del Servicio
- Fases del Servicio
- El Servicio Preventa
- El Servicio en la Venta
- Servicio postventa
- Dirección de garantías de producto. Garantías promocionales; de protección; de sustitución o reembolso y de queja

### 12. ECONOMÍA DIGITAL Y RELACIÓN DE INTERCAMBIO

- El entorno digital
- Marketing e Internet
- La Red y los estudios de mercado
- Las informaciones de la Red
- La comunicación empresarial
- Publicidad e Internet
- La Inversión Online

### 13. COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LAS ORGANIZACIONES Y LA ORGANIZACIÓN DE LAS VENTAS

- Situaciones de compra
- Participantes en el proceso de compra industrial
- Factores de influencia en el comprador industrial
- El proceso de compra
- La venta
- La fuerza de ventas
- Objetivos de la fuerza de ventas
- Selección y formación del personal de ventas
- Remuneración de vendedores

### 14. APÉNDICE NORMATIVO: LEGISLACIÓN APLICABLE

### 15. GLOSARIO DE TÉRMINOS

## Executive Marketing Manager

### EQUIPO DE DIRECCIÓN

#### Director del programa:



**Pedro Galván**

Pedro Galván Guijo es Licenciado en C.C. Económicas por la UCM, Máster en Marketing por la Escuela Superior de Estudios de Marketing y Executive MBA por IESE. Ha ocupado cargos directivos en Colgate Palmolive, Abbot, Mc Cann Erickson, Reckitt & Colman y Vicks, entre otras. Ostentó cargos directivos en la Asociación Española de Anunciantes y ANEFP. Miembro Fundador del Comité de Marketing de CEOE. Es profesor de Marketing en la Universidad Complutense, la Universidad Francisco de Vitoria y ESIC. Ha sido profesor invitado en London School of Economics, Universidad Iberoamericana de Méjico y UNED, entre otras prestigiosas instituciones. Director de programas y publicaciones, es autor de varios libros y diversos artículos en revistas especializadas.

#### Con la colaboración de:



**Víctor Conde Salazar**

Consultor de Marketing y Comunicación para diversas compañías nacionales y multinacionales e Instituciones Oficiales, ha ocupado cargos de responsabilidad en Publicis Dialog, Director General de IMP, Director de Desarrollo de TAPSA/NW AYER, Director de Promoción y Publicidad de la EXPO '92 y Director Gerente de Unidad Editorial para el lanzamiento del Diario El Mundo, entre otros cargos. Es profesor de Marketing en la Universidad Antonio de Nebrija, así como en su Escuela de Negocios, ESIC, CESMA Escuela de Negocios e ICEMD. Es coautor del libro "El Arte de Emprender", editado por el BBVA y Nebrija y ponente habitual en conferencias y congresos sobre Marketing y Comunicación. Licenciado en Ciencias Empresariales por la UCM y en Gestión Comercial y Marketing por ESIC.



**Juan Ignacio Cuadrado Altamira**

Consultor y Formador en Marketing, Dirección Comercial y Comunicación, tiene una dilatada experiencia profesional en la que ha ocupado puestos de alta dirección en Global Media Interactive, Instituto de Comercio Electrónico y Marketing Directo, Air Miles España – Travel Club, Amorós & Arbaiza, Bristol-Meyers Squibb y Carlsberg España, entre otras firmas. Es profesor en el Dpto. De Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad Complutense de Madrid, así como en diversas Escuelas de Negocios, como ESIC, ESCA, CESMA, Escuela de Negocios Caixanova, Escuela Universitaria La Salle, ICEMD, Bioforum y en las Cámaras de Comercio de Madrid y Andorra. Conferenciante habitual en foros, congresos y seminarios, es Licenciado en Derecho y Ciencias de la Información, Master en Marketing y Executive MBA por el IE.

## Asistencia a Jornadas Profesionales

**ISTP BUSINESS SCHOOL** le ofrece la oportunidad de combinar la formación on-line con la formación presencial.

Con carácter voluntario, nuestros alumnos del **Executive Marketing Manager** podrán asistir durante un año de forma totalmente gratuita a los seminarios, jornadas profesionales y Cursos presenciales que organiza ISTPB.

ISTPB reservará de forma exclusiva para los alumnos de **ISTP BUSINESS SCHOOL** plazas en todas las actividades presenciales que organice a lo largo del año. A través del Campus Virtual se avisará al alumno de las jornadas previstas con antelación suficiente para que pueda realizar su reserva.

La asistencia a estas jornadas presenciales constituye un punto de encuentro entre profesionales, que le permitirá mantenerse al día en los temas de máxima actualidad del mercado. De esta forma, el alumno tiene una oportunidad única de combinar el seguimiento a distancia con la adquisición de conocimientos de una manera eminentemente práctica entrando en contacto con otros profesionales y expertos en materias tales como: gestión bancaria, gestión financiera de la empresa, uso de las nuevas tecnologías, asesoramiento jurídico, etc.

La calidad de estos seminarios y conferencias está avalada no solo por los prestigiosos profesionales nacionales e internacionales que los imparten, sino también por el respaldo patrocinador y colaborador de bancos, destacadas compañías e instituciones.

El año pasado nuestros alumnos pudieron asistir, entre otros, a los siguientes seminarios:

- ▶ Novedades sobre facturación.
- ▶ Aplicaciones financieras de la hoja de cálculo. Excel para financieros.
- ▶ Cómo elaborar y controlar el presupuesto anual.
- ▶ Co-makership. La solución estratégica para la gestión de compras.
- ▶ Medios de pago, cobros y reclamación de impagados.
- ▶ La financiación, los riesgos, los pagos y la fiscalidad del comercio internacional.
- ▶ Productos financieros para el comercio internacional. El papel de la banca.
- ▶ Contabilidad de gestión. Cálculo e imputación de costes en la empresa.
- ▶ NIC y NIFF. Cómo aplicar las normas internacionales de contabilidad.
- ▶ Facturación fiscal. La facturación telemática y la firma electrónica.
- ▶ Adquisición y transmisión de empresas.
- ▶ Cómo conocer y trabajar con ayuntamientos. Claves de la gestión municipal.
- ▶ Análisis de balances e interpretación de los estados financieros.
- ▶ Fórmulas alternativas de financiación corporativa. Valoración de empresas.
- ▶ Optimización de las posiciones de tesorería.
- ▶ Facturación intracomunitaria.
- ▶ Cash pooling y cash flow.
- ▶ Corporate finance.
- ▶ Cómo preparar el cierre contable y fiscal.
- ▶ El capital riesgo.
- ▶ Finanzas para no financieros.
- ▶ Reclamación Judicial de los Impagados.
- ▶ Fiscalidad de los productos financieros.
- ▶ Reducción de costes financieros.



## Servicios Adicionales

### Diploma del Executive Marketing Manager

Accederá a un diploma de prestigio. **ISTPBUSINESS SCHOOL** está reconocido por sus programas de formación para la alta dirección.

### Algunas de las empresas que han confiado en nuestra formación

ACERALIA, S.A.  
ADIDAS ESPAÑA, S.A.  
AFFINALIA, S.A.  
AGIP ESPAÑA  
ALNOVA TECHNOLOGIES  
CORPORATION  
ALTAIZ CONSULTORES  
ARAB BANK PLC  
ARMADA NACIONAL DE COLOMBIA  
ASESORAMIENTO Y VALORES, S.A.  
AUSBANC  
AUTOMOTRIZ DE NAYARIT, S.A. DE  
C.V.  
AVANZIT TECNOLOGÍA  
AYUNTAMIENTO DE SITGES  
BANCO CREDITO LOCAL  
BANCO DE SABADELL  
BANCO GALLEGO, S.A.  
BANCO INVERSIÓN  
BANCO SANTANDER CENTRAL  
HISPANO  
BANCO URQUIJO  
BANCOVAL, S.A.  
BANESTO  
BANKPYME  
BARCLAYS BANK  
BBVA  
BENTELEER AUTOMOTIVE, S.P.A.  
BMCE BANK INTERNATIONAL  
BSN BANIF, S.A.  
CAIXA CATALUNYA  
CAIXA D'ESTALVIS DE TARRAGONA  
CAIXA RURAL GALEGA  
CAIXA TARRAGONA  
CAJA DE AHORROS DE SALAMANCA Y  
SORIA  
CAJA DE AHORROS DEL  
MEDITERRÁNEO

CAJA DE BURGOS  
CAJA ESPAÑA DE INVERSIONES  
CAJA GRANADA  
CAJA INSULAR DE AHORROS  
CANARIAS  
CAJA MADRID  
CAJA NAVARRA  
CAJA RURAL DE ARAGÓN, S.C.C. CAJA  
RURAL DE CUENCA  
CAJA RURAL DE EXTREMADURA,  
S.C.C.  
CAJAMAR  
CÁMARA DE COMERCIO DE CÓRDOBA  
CAP GEMINI ERNST & YOUNG.  
CARIBBEAN FINANCE INVESTMENTS  
CARTUJA CORPORACIÓN  
EMPRESARIAL, S.A.  
CENTRO DE CASTILLA Y LEON, S.A  
CITIBANK  
CLARIDEN BANK  
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE  
CAJAS DE  
AHORRO  
CONSTRUCCIONES BRUES, S.A.  
COVIRAN, S.C.A. CREDIT VALENCIA  
CAJA RURAL C.C.V.  
DELOITTE-TOUCHE ESPAÑA, S.L.  
DEUTSCHE BANK, S.A.E.  
EDICIONES TÉCNICAS REUNIDAS  
EL MONTE DE HUELVA Y SEVILLA  
ERICSSON  
FERROVIAL AGROMAN  
FIAT IBERICA S.A. FICHET SISTEMAS Y  
SERVICIOS, S.A.  
FINANCIAL UNION DE CREDITOS  
HIPOTECARIOS, S.A.  
FINN POWER IBERICA, S.L.  
FIRST RESINDETIAL MORTGAGE  
CORP.

FUNDACION ANESVAD  
GEDESMA, S.A.  
GESTIÓN INMOBILIARIA TURÍSTICA  
GRAFICO, S.A. GRUPO GILLETTE  
ESPAÑA  
GRUPO ZENA  
HOLCIM (ESPAÑA) S.A.  
HOLCIM EL SALVADOR  
IFA ESPAÑOLA, S.A.  
ING DIRECT  
INSTITUTO VALENCIANO DE VIVIENDA  
INVERDIS BANCO  
JAGENBERG IBERICA, S.A.  
KLUBER LULBRICATION GMBH  
IBERICA  
LA CAIXA  
MIZAR TRAVEL, S.A.  
PATAGON INTERNET BANK, S.A.  
PERFIL ASESOR, S.L.  
PIKOLIN, S.A.  
PRICEWATERHOUSECOOPERS  
RADIOTELEVISION VALENCIANA  
RCD ESPANYOL DE BARCELONA, SAD  
REDMOND SOFTWARE EUROPE  
RENTA INMOBILIARIA, S.A. SACYR  
SANTA BARBARA SISTEMAS, S.A.  
SANTANA MOTOR, S.A.  
SANTANDER CENTRAL HISPANO  
SERVIPAGOS  
SGBGE (GRUPO SOCIÉTÉ GÉNÉRALE)  
SOL MELIA  
SUN PLANET, S.A.  
TELEFONICA PUBLICIDAD E  
INFORMACION  
UNICAJA  
UNIGESTION SERVICIOS COMERCIAL  
VOLKSWAGEN BANK  
WORLD COUNCIL OF CREDIT UNIONS

## Servicios Adicionales

- **Bolsa de trabajo**  
ISTP BUSINESS SCHOOL dispone de una Bolsa de Trabajo exclusiva para sus alumnos, donde podrán encontrar ofertas de trabajo o de prácticas de las principales entidades financieras y empresariales de España.
- **Formas de pago**  
El Programa del **Executive Marketing Manager** se puede pagar al contado o en cómodos plazos financiados directamente por **ISTP BUSINESS SCHOOL**, sin intereses y sin la firma de documentos especiales ni la intervención de entidades financieras. Su relación siempre es con el Centro y el único documento que se cumplimentará es la matrícula de inscripción.



**Solicite más información sin compromiso y consulte  
nuestros descuentos especiales para grupos:**

[Info@istpb.com](mailto:Info@istpb.com)

Tel. 902 545 046

[www.istpb.com](http://www.istpb.com)

Con la colaboración de:

