



EUDE | EUROPEAN
BUSINESS
SCHOOL

Programa experto en **MARKETING
Y GESTIÓN DE EMPRESAS DE AUTOMOCIÓN**

ONLINE

Experto en Marketing y Gestión de Empresas de Automoción

EUDE desarrolla el Experto en Marketing y Gestión de empresas de Automoción con el objetivo de ofrecer un programa de alta calidad académica, multidisciplinar y orientado a los ámbitos de la empresa y los negocios.



Duración:
6 meses.



Fechas de inicio:
Cada 15 días



Metodología:

Online
A través del Campus Virtual EUDE



Campus Presencial:

Sede en Madrid, España



EUDE Business School

Escuela Europea de Dirección y Empresa, una institución de formación de posgrado internacional, reconocida por los principales *rankings* y medios internacionales; con 25 años de trayectoria académica formando a más de 100 mil alumnos, profesionales con experiencia laboral, emprendedores, y líderes con visión global dispuestos a cambiar el mundo.



Forbes

TRAYECTORIA Y RECONOCIMIENTO



25 años

Formando a grandes
personas, ejecutivos
y emprendedores

95% emplea bilidad

Convenio con + 1.200
empresas nacionales
e internacionales

100 mil

Líderes de muchas
partes del mundo
formados en nuestra
Escuela



Escuela de Negocios
Número 1 en España
en másteres *online*



MULTIPLATAFORMA

Podrás acceder al campus desde cualquier dispositivo, ya sea desde el PC, Tablet o Smartphone.



CAMPUS VIRTUAL EUDE

Formación de vanguardia en la plataforma online líder en Europa.



SESIONES PRESENCIALES VIRTUALES (SPV)

Disfruta de clases virtuales y en tiempo real. A la vez podrás interactuar con el profesor y tus compañeros.



FLEXIBILIDAD

Sin necesidad de desplazarse y acceder en el momento deseado. Podrás compaginar tu trabajo y otros estudios.



NET-LEARNING

Masterclass con las últimas tecnologías para interactuar con profesores y compañeros de diferentes partes del mundo.



Ventajas de nuestro Experto

El mundo de la comercialización está cambiando a gran velocidad. La constante innovación en la estrategia de marketing exige profesionales capaces de liderar el cambio de las empresas. el alumno conocerá en detalle que es la innovación y sus principales metodologías para innovar, aportando las herramientas digitales de gestión de proyectos

ágiles, la innovación y su financiación, así como conocer cuáles son las tendencias tecnológicas actuales y futuras y las tecnologías con mayor potencial de aplicabilidad y disrupción. Esta especialidad ofrece una visión muy completa del sector de la automoción, iniciando el curso con una visión panorámica del sector y su relevancia económica, pasando por su futuro y

transformación que está sufriendo actualmente y profundizando es aspectos claves como la venta, la distribución, el medio ambiente, financiación, estrategias y la fidelización de clientes a través de los servicios postventa.

Programa de estudios

- 01. Dirección de Marketing.
- 02. Dirección Comercial.
- 03. Plan de Marketing.
- 04. Marketing Digital y tecnologías emergentes.
- 05. Innovación y metodologías de innovación.
- 06. Agilidad y SCRUM.
- 07. Ecosistemas de innovación, emprendimiento y Startups.
- 08. Tendencias tecnológicas y tecnologías emergentes.
- 09. El mercado del automóvil.
- 10. El vehículo y el medio ambiente: el futuro de la movilidad.
- 11. Venta y distribución de vehículos.
- 12. Los servicios de posventa en automoción.

01. Dirección de Marketing

Objetivo: El Marketing cumple una función fundamental en toda organización. Se transmitirá la importancia del Marketing en los actuales entornos competitivos, y la necesidad de actuar con una perspectiva orientada al mercado, con una óptica 'cliente' que sirva de brújula en las actuaciones de Marketing y estratégicas de la compañía.

Esta área de conocimiento capacita al alumno para:

- Comprender y llevar a la práctica la segmentación de mercados.
- Analizar el entorno.
- Optimizar la imagen y posicionamiento de la empresa, entre otros.

Contenido:

- Marketing estratégico.
- Imagen, marca y reputación.

02. Dirección comercial

Objetivo: Dada la importancia estratégica que ha adquirido el cliente se aprenderá a desarrollar las denominadas reingenierías comerciales para obtener las mejores respuestas comerciales. Desarrollo de estrategias comerciales, fijación de objetivos comerciales y gestión de equipos comerciales para situar al estudiante en una posición que le permita gestionar eficientemente todas las herramientas comerciales a su alcance, profundizando en:

- Key account management, clients management, trade marketing y claims management.
- Análisis de los factores que conforman el contexto de las relaciones proveedor- cliente, y cómo éstos afectan las negociaciones comerciales.

Contenido:

- Dirección y gestión de la fuerza de ventas.
- Técnicas de negociación comercial.

03. Plan de Marketing

Objetivos: Todas las acciones de marketing tienen que funcionar de manera coordinada para la consecución de los objetivos planteados. Se aprenderá la importancia y necesidad de planificar la actividad comercial y de Marketing en las organizaciones para gestionar y optimizar los recursos disponibles. Para ello se estudiarán a fondo los aspectos y condicionantes internos de la organización que deben ser considerados frente al análisis previo al proceso de toma de decisiones estratégicas, los condicionantes externos a analizar por la organización y cómo éstos se estructuran (entorno y mercado), para lograr

con éxito los objetivos planteados.

Para ello, se profundizará en:

- Metodología para la realización de un diagnóstico de los procesos de planificación.
- El proceso de planificación estratégica para competir con éxito en el mercado.
- Elaboración, análisis y diagnóstico de la cartera de clientes.
- La planificación: destinada a la toma de decisiones clave en relación a las distintas áreas y variables que van a determinar la actividad comercial y Marketing de la empresa.
- Ejecución: asegurando que las estrategias propuestas se convierten en hechos y actuaciones en el mercado.
- Control como sistema de seguimiento y

valoración de lo previsto versus lo realmente realizado y logrado.

Contenido:

- Como elaborar un plan de Marketing

04. Marketing Digital

Objetivo: En un mundo digital es imprescindible comprender los mecanismos que tienen las organizaciones para llegar, a través de medios digitales, a sus consumidores. Con este módulo el estudiante comprenderá los conceptos SEO/ SEM como elementos básicos para optimizar la presencia en la red, comprenderá los beneficios y funciones básicas de la construcción de un e-commerce, podrá profundizar en las herramientas de Community Management

para gestionar eficientemente redes sociales y conocerá las principales herramientas para la medición de resultados y el seguimiento de campañas digitales.

Este módulo capacita al alumno para:

- Elaboración de campañas de emailing y Marketing viral.
 - Análisis del desarrollo y optimización de tiendas virtuales.
 - Los social media y las principales redes sociales.
 - Manejo de las principales herramientas de control y seguimiento de resultados, a través de técnicas de analítica web.
- Contenido:**
- El mix de Marketing online.
 - SEO/SEM: claves para un buen posicionamiento.
 - Social media y community manager.

05. Innovación y metodologías de innovación

Objetivo: Se aportarán las herramientas digitales para prototipar y crear MPV digitales así, como las claves para plasmar una idea en un proyecto de innovación o proyecto de emprendimiento. Se analizan las fases que hay que abordar y las herramientas que les ayudarán a ejecutar las ideas a lo largo de las distintas etapas de un proyecto.

- Innovación / Tipos de innovación.
- Design Thinking.
- Lean Startups.
- Proyectos de innovación y emprendimiento.
- Fases y herramientas en la innovación.
- Herramientas digitales para diseñar y prototipar.



06. Agilidad y SCRUM:

Objetivo: definir que se entiende por agilidad en la empresa partiendo de una cadena de valor fragmentada que pone barreras a la velocidad y de que metodologías aplicar en cada tramo de la cadena de valor. Se describen brevemente todas las metodologías a aplicar como son: Programación extrema (XP), Kanvan, DevOPS... y entrar en detalle en la metodología SCRUM y herramientas digitales disponibles para la gestión ágil de proyectos.

- Agilidad y métodos de agilidad.
- SCRUM (roles / artefacto / eventos.)
- Herramientas digitales de gestión de proyectos ágiles.

07. Ecosistemas de innovación, emprendimiento y Startups:

Objetivos: en este módulo los alumnos entenderán que es un ecosistema y la innovación abierta, su importancia en el proceso de innovación corporativo, los actores y su papel dentro del ecosistema (incubadoras, aceleradoras etc). Aprenderán lo que es el emprendimiento, los actores que intervienen en el ecosistema de emprendimiento, el estado del emprendimiento en España y otros países del mundo. Conocerán los métodos de financiación de start ups y las entidades que lo hagan según el sector.

- Ecosistemas de innovación.
- Matrices de innovación.

- Innovación abierta.
- Emprendimiento y startups.
- Emprendimiento en España y resto del mundo.
- Financiación al emprendimiento.

08. Tendencias tecnológicas y tecnologías emergentes

Objetivo: Este módulo se centra en cuáles son las tendencias tecnológicas actuales y futuras. Analizar y descubrir que tecnologías tienen mayor potencial de aplicabilidad y disrupción.

- Tendencias tecnológicas actuales y futuras.
- Big Data y DATA analytics.
- Machine learning.
- Inteligencia artificial.
- 5G / Blockchain / IOT.

09. El mercado del automóvil

Objetivo: Este módulo tiene como objetivo ofrecer una visión global del sector de automoción en el mundo, comenzando con su origen y evolución en sus pocos siglos de historia.

Se profundizará en las cifras del sector, conociendo los datos de producción de vehículos y cuáles son los principales productores de automóviles en el mundo, poniendo un foco especial en España, como noveno fabricante mundial y segundo europeo. De igual forma, se analizarán las ventas de automóviles a nivel mundial conociendo las tendencias y el protagonismo de cada una de las marcas presentes. Por otra parte, se subraya en este módulo

la importancia de la seguridad vial para el desarrollo sostenible del sector, así como los progresos y avances que se han venido produciendo en los últimos años y hasta la actualidad en esta materia. A la finalización de este módulo el alumno tendrá un mejor conocimiento del sector de automoción, identificando cuales son los principales agentes del sector, así como las áreas geográficas de mayor donde el negocio tiene un mayor impacto.

- Historia de la Automoción Mundial .
 - El mercado del automóvil en España.
- Descripción y análisis.
- Evolución de las marcas de automóvil.
 - Normativa Europea y Mundial.

Block Exemption (BER).

10. El vehículo y el medio ambiente: el futuro de la movilidad

Objetivos: Este módulo tiene como objetivo conocer cuál es el estado actual de las diferentes tecnologías presentes en el sector del automóvil, analizando las ventajas e inconvenientes de cada una de ellas.

Así mismo, se pone el foco en las soluciones de futuro de la movilidad según los requerimientos y retos que se están presentando en el sector. Por una parte, mediante el uso de nuevas tecnologías de propulsión, como el vehículo eléctrico o la pila de combustible, más eficientes y respetuosos con las cada vez más exigencias medioambientales. Por otra parte, con la





comunicación del vehículo y su entorno, lo que permitirá un aumento de la seguridad y eficiencia, hasta tal punto que esta interacción permita a los propios vehículos realizar todas las funciones de conducción.

- Automoción y Tecnología.
- Normativas fundamentales.
- Eficiencia y servicio al usuario:

El coche conectado.

- La Sostenibilidad en el automóvil. El coche eléctrico.
- El coche autónomo.

11. Venta y distribución de vehículos

Objetivo: Este módulo tiene como objetivo conocer de manera generalizada los factores que componen la estrategia de marketing y

ventas en el sector de automoción, analizando de manera detallada cada uno de ellos.

Dentro de la estrategia de marketing, se presta especial atención a lo importante que es para las marcas conocer el mercado y la posición que sus productos y servicios ocupan, en la mente de los consumidores, con respecto a la competencia. Se analizan cuáles son las herramientas que disponen las marcas para obtener esta información de mercado.

Asimismo, se profundiza en la actividad de ventas, las acciones de comunicación y la gestión de clientes, adaptadas a los nuevos retos del sector y los nuevos hábitos de consumo cada vez más influenciados por la digitalización.

- La Marca y el concesionario. Modelo de negocio.

- El cliente (tipología, comportamiento, integración y posicionamiento).
- La actividad de ventas.
- Organización del entorno comercial: marca y concesionario.
- Gestión de la venta profesional.
- Campañas comerciales.
- La actividad de Marketing y Publicidad .
- Punto de venta.
- Publicidad.
- CRM.
- El vehículo no como producto, sino como servicio.
- Finanzas del concesionario. Estructura de márgenes.

12. Los servicios de posventa en automoción

Este módulo tiene como objetivo instruir al alumno en el conocimiento de las bases de negocio de la posventa en el sector de la automoción.

Sobre la base de este conocimiento, el futuro gestor podrá identificar las claves que conducen al éxito; realizar una gestión rentable de esta área que permitirá dar estabilidad al concesionario en su conjunto.

En el módulo se realiza un recorrido educativo por el entorno de la posventa, las tendencias de mercado y de competencia y las expectativas del cliente. Así mismo, el poder incorporar el conocimiento de las estructuras internas, las operaciones y las acciones y definiciones de

marketing y comercial permitirá al futuro gestor desarrollar la actividad de posventa de forma eficaz.

- Objetivos de la Postventa y actores principales.
- La oferta de productos y servicios de la postventa del automóvil.
- Marco legislativo.
- Expectativas de los clientes: productos y servicios.
- Tipos de establecimientos o canales de distribución.
- Estructura de un concesionario de marca.
- Gestión Profesional del taller de automóvil.
- Finanzas del concesionario Estructura de márgenes.



Campus Virtual

EUDE Business School ha mantenido desde sus inicios una apuesta hacia una metodología *online* de calidad. Por esta razón, y gracias al innovador método académico de su campus virtual, el cual ha sido reconocido como uno de los mejores y más importantes en el ámbito europeo, la escuela permanece a la cabeza en la formación *online* del mundo.

La plataforma favorece la formación de profesionales a nivel global, sin que existan las barreras espacio-temporales habituales de la metodología presencial. De esta manera, el alumno se beneficia de un método totalmente flexible.



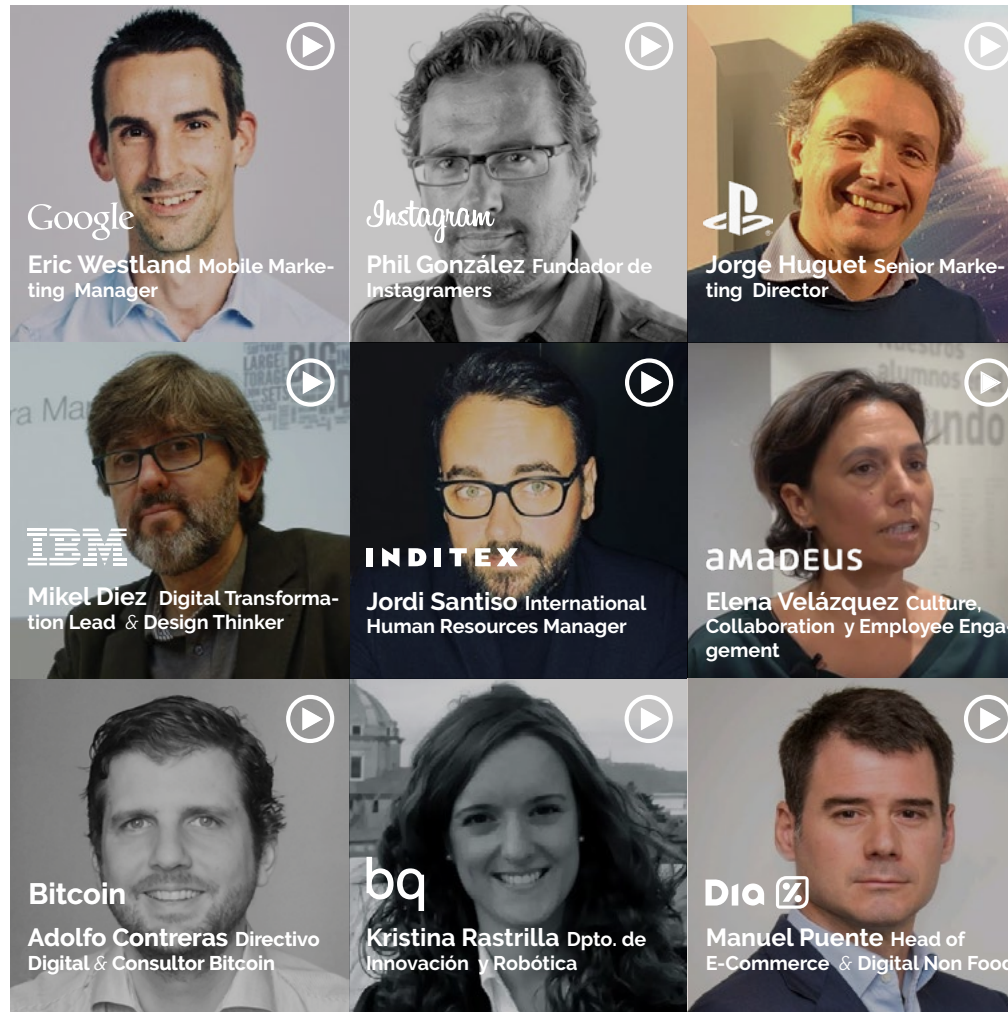
#EUDEtalent

EUDE Business School es una escuela de negocios en continuo desarrollo y crecimiento que ofrece a sus alumnos una formación innovadora, adaptada a las necesidades del mercado laboral. Gracias a los acuerdos que EUDE mantiene con grandes empresas, se ha logrado que el 95% de alumnos encuentre trabajo o mejore su situación laboral.



#EUDEtalks

En **EUDE Business School** se quiere acercar la innovación y las nuevas tendencias del mercado a sus alumnos. Por ello, como complemento a la formación de posgrado ofrece conferencias y eventos con líderes de empresas a nivel internacional que les permiten ampliar sus conocimientos y enriquecer su *networking* desde el primer día.





EUDE | EUROPEAN
BUSINESS
SCHOOL

ESCUELA EUROPEA DE DIRECCIÓN Y EMPRESA

SEDE PRINCIPAL

C/ Arturo Soria, 245 Edificio EUDE CP: 28033 Madrid, España.

T. (+34) 91 593 15 45

#WEARE**EUDE**

eude.es



DELEGACIÓN EN COLOMBIA - C/98 # 9A - 41. Oficina 204.
Bogotá DC, Colombia. T. (+57) 635 24 97



DELEGACIÓN EN ECUADOR - C/ Catalina Aldaz y Portugal
Edificio La Recoleta, Oficina 71, 7mo piso Quito-Ecuador
T. (+593 998444631)



Acreditaciones:

