

Programa de Gestión en Dirección Comercial y Marketing de Empresas de Automoción

Área de Administración de Empresas

Programa *elearning* de especialización en la gestión de las áreas comercial y marketing del sector del automóvil, que trata tanto los aspectos clave que gobiernan ambas áreas en la gestión de una empresa de automoción, como las diferentes interacciones con otros departamentos y las relaciones de la red con su marca, fundamentales para avanzar en un mercado maduro de alta competencia.

El programa capacita en las competencias multidisciplinares necesarias para gestionar proyectos en estas áreas mediante la realización de ejercicios prácticos y la participación en videoconferencias.

El curso incluye como valor diferencial:

- Ejercicios prácticos.
- Videoconferencias con ponentes destacados
- Jornadas de networking



FECHA

De junio a diciembre



DURACIÓN

6 meses



MODALIDAD

Online



PRECIO

2.700 €

Programa

Gestión en Dirección Comercial y Marketing de empresas de Automoción 2020

Módulo 1 - Marketing / Marketing Estratégico

- U.D. 01 M - Introducción al Marketing
- U.D. 02 M - Misión - Visión - Estrategia y Objetivos
- U.D. 03 M - Marketing Estratégico y Marketing Táctico
- U.D. 04 M - Funciones del Marketing
- U.D. 05 M - Herramientas de análisis de Investigación de Mercados
- U.D. 06 M - Automoción y su Marketing Mix

Módulo 2 - Comercial / Mercado

- U.D. 01 C - Escenario global del sector automoción
- U.D. 02 C - Tipos de mercado y clientes
- U.D. 03 C - Objetivos de venta y área de responsabilidad
- U.D. 04 C - Previsión de la Demanda
- U.D. 05 C - Cuota y datos de mercado, análisis y gestión Previsión de la Demanda

Módulo 3 - Comercial / Red y Estructura Comercial

- U.D. 06 C - La red comercial y desarrollo de red
- U.D. 07 C - Estructura comercial de un concesionario
- U.D. 08 C - Estructura comercial de una marca

Módulo 4 - Marketing / Marketing Estratégico II

- U.D. 07 M - Ciclo de Vida del Producto Automotriz: Curvas de Tiempo y Volumen
- U.D. 08 M - Segmentación de Mercados
- U.D. 09 M - Concesiones y Marcas, Análisis Estratégico
- U.D. 10 M - Posicionamiento de Producto
- U.D. 11 M - Análisis de Precios
- U.D. 12 M - Imagen Corporativa y Estándares de Marca

Módulo 5 - Comercial / El Proceso de Venta

- U.D. 09 C - El proceso de venta a cliente particular
- U.D. 10 C - Ventas a profesionales (B2B): Flotas y RAC
- U.D. 11 C - El Test drive

Módulo 6 - Comercial / VO y Financiación

- U.D. 12 C - El vehículo de ocasión
- U.D. 13 C - La financiación

Módulo 7 - Marketing / Marketing Operativo

- U.D. 13 M - Comunicación en Marca Versus Concesión. ATL, BTL y TTL
- U.D. 14 M - Eventos, Patrocinios y Relaciones Públicas
- U.D. 15 M - Micro Marketing y Marketing de Guerrilla en la Concesión

- U.D. 16 M - Objetivos Cuantitativos y Cualitativos en Publicidad
- U.D. 17 M - Lanzamiento de Modelos Run & Out: Estrategias de Lanzamiento y Fin Serie
- U.D. 18 M - Tráfico de exposición
- U.D. 19 M - Satisfacción de Clientes
- U.D. 20 M - Fidelización

Módulo 8 - Comercial / Gestión del Vehículo Nuevo

- U.D. 14 C - Formación de precios y estructura
- U.D. 15 C - La rentabilidad, campañas comerciales y descuentos
- U.D. 16 C - Retribución del concesionario y del vendedor

Módulo 9 - Comercial / Logística y Distribución

- U.D. 17 C - Logística y stock

Módulo 10 - Marketing / Marketing Digital

- U.D. 21 M - Internet y Automóvil: Cambios Versus Procesos Tradicionales
- U.D. 22 M - La web del concesionario
- U.D. 23 M - El Automóvil en las Redes Sociales
- U.D. 24 M - Tráfico Web & RRSS, SEM 6 SEO y Generación de LEADS
- U.D. 25 M - Analítica Web. El E-Commerce y M-Commerce.
- U.D. 26 M - El Marketing Mobile
- U.D. 27 M - El Marketing Viral: Ejemplos de Campañas de Fabricantes

Módulo 11 - Comercial / Herramientas de ayuda y control

- U.D. 18 C - El mystery shopping
- U.D. 19 C - Softwares utilizados en Dept. Ventas
- U.D. 20 C - Software Configurador VN para Ventas

Módulo 12 - Comercial / Ineficiencias del mercado

- U.D. 21 C - La Automatriculación, el Km 0 y el vehículo Demo

Módulo 13 - Marketing / CRM y Explotación de Bases de Datos

- U.D. 28 M - CRM En el Automóvil (Desde la Primera Oferta Hasta la Segunda Venta)
- U.D. 29 M - RGPD y Leyes de Protección de Datos Personales
- U.D. 30 M - Los Datos del Cliente. Tratamiento de bases de datos

Módulo 14 - Marketing / Nuevas Experiencias en la Distribución del Automóvil

- U.D. 31 M - Nuevas Experiencias en la Distribución del Automóvil

Objetivos

- Aplicar la teoría a casos prácticos del sector en ambas áreas, de la mano de profesionales en contacto con los diversos actores, proveedores, asociaciones y agentes reguladores, que permitan formar al estudiante para resolver problemáticas actuales del mercado.
- Desarrollar las habilidades básicas para enfrentarse inmediatamente al entorno comercial, capacitando al alumno desde el primer momento en la aplicación de los conceptos y en la utilización de las herramientas propias de un profesional de esas áreas.
- Dotar de una visión global del negocio, ayudando a reflexionar sobre qué elementos o experiencias hacen incrementar, tanto las ventas en el corto plazo, como realmente la satisfacción real del cliente y su fidelidad a largo plazo.

Dirigido a

- Profesionales de la venta y postventa que buscan tener una visión global de las áreas de marketing y comercial del sector para poder adquirir mayores responsabilidades en su empresa.
- Profesionales de otras industrias que pretenden incorporarse al mundo del automóvil y desean conocer de la mano de otros profesionales del sector cuáles son las claves que rigen la distribución del automóvil en nuestro país.
- Alumnos sin experiencia que deseen iniciarse en el mundo del automóvil, y que para ello necesitan comprender el funcionamiento del negocio explicado con un lenguaje cercano y accesible.

Incluye

Contenidos del curso, tutorización, dinamización, actividades individuales y colaborativas, foros y debates. Ejercicios Prácticos

Ejercicios Prácticos

1. Cuotas de Mercado y Áreas de Responsabilidad
2. Cálculo de TCO en operaciones B2B
3. Vehículo de Ocasión (Análisis de Dept. VO y cálculo de KPIs)

4. Financiación (Cálculo cuotas con financiación lineal y con multiopción)
5. KPIs y marketing tradicional en medio escrito (cálculo GRP y OTS)
6. Formación de Listado de precios
7. Análisis de Página Web de Marca, Grupo y Concesionario
8. KPIs marketing digital (visitantes únicos, tasas apertura y bajas, CPL, CTR...)
9. Mystery Shopping

Videoconferencias

(Sábados, de 10:00h a 11.15h)

- Tema “Herramientas de análisis y previsión de Mercado”. Ponente **Chema López Montoya** (y equipo MSI)
- Tema “Ejemplo práctico de Desarrollo de Red de una marca”. Ponente **Juan Antonio Herrero**
- Tema “Gestión del Vehículo de Ocasión”. Ponente **Borja Blanco**
- Tema “La Financiación en el concesionario”. Ponente **Alberto Trancón**
- Tema “Marketing Digital y RRSS: mejores ejemplos prácticos en concesionario”. Ponente **Juan Carlos Afán** (y equipo DAPDA)
- Tema “La venta online y el tratamiento de leads en automoción”. Ponente **Celestino Boge**

Actividades de networking (Viernes)

Meeting 1º • Actividad de networking (presencial) en Madrid - Fecha: viernes 3 de julio de 2020.

Asistencia a Universidad Nebrija, conferencias de profesorado y espacio de debate con alumnos (de 11:00h a 14:00h). Invitación a comida. Actividad lúdica (karting) por la tarde. Invitación asistencia extensiva también a alumnos de convocatorias pasadas, y otros profesionales de la automoción.

Meeting 2º • Actividad de networking (presencial) en Madrid - Fecha: viernes 9 de octubre de 2020.

Asistencia a Universidad Nebrija, conferencias de profesorado y espacio de debate con alumnos (de 11 a 14 hrs). Invitación a comida. Actividad lúdica (karting) por la tarde. Invitación asistencia extensiva también a alumnos de convocatorias pasadas, y otros profesionales de la automoción.