

*MASTER EN DIRECCIÓN DE  
MARKETING Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN  
MODALIDAD ONLINE*



**DOBLE  
TITULACIÓN**

*Una formación  
de alto nivel  
para afrontar  
los cambios en el área del marketing  
y de la distribución*

**E**l presente programa nace de la alianza interuniversitaria entre la Universidad de Aconcagua y la Universidad Autónoma de Barcelona (3° lugar de las mejores universidades españolas, del ranking del periódico El Mundo, 2009), las que han unido sus esfuerzos en formar profesionales con conocimientos, herramientas y valores que les permitan desempeñarse en el ámbito laboral nacional e internacional.

Para mantenerse y crecer dentro del nuevo panorama competitivo, las empresas necesitan personal preparado, capaz de identificar las oportunidades de negocio, las necesidades de los clientes y de saber definir y llevar a cabo estrategias competitivas de crecimiento en un mercado en constante evolución.

### “¿Cómo afrontar estos retos?”

La gestión del cliente y los principales modelos de distribución comercial tradicionales resultan en la actualidad obsoletos. Las grandes transformaciones del panorama competitivo obligan a las empresas a dominar las más modernas herramientas del marketing. Actuando correctamente, la empresa conseguirá una mayor orientación hacia los consumidores y, por consiguiente, mayores ventas.

Para poder adaptarse a los nuevos modelos competitivos, las empresas necesitan contar con personas capaces de diseñar estrategias competitivas de alto nivel, ya que el proceso de cambio está dando lugar a un importante reequilibrio de poder entre fabricantes y distribución, lo que ha provocado un gran desarrollo de técnicas y estrategias complejas de gestión empresarial.

El *Master en Dirección de Marketing y Canales de Distribución* se propone dar soporte a la empresa comercial en esta delicada fase de cambio en su funcionamiento, facilitando la transferencia y el desarrollo de las competencias necesarias para afrontar con éxito el proceso e intensificando, al mismo tiempo, la dinámica innovadora y competitiva de las empresas comerciales.

Estudiando las necesidades del mercado, la Universidad de Aconcagua y la Universidad Autónoma de Barcelona ofrecen un Máster especialmente pensado para la formación de expertos en estrategias de marketing y de distribución.

Estas son sus bases:

- Enfoque eminentemente práctico que permite a los alumnos analizar situaciones

concretas y trazar estrategias, gracias a la participación de directivos de reconocido prestigio, activos en las principales empresas de distribución españolas y extranjeras.

- Modelo de E-learning, altamente innovador, que permite a los alumnos asimilar los contenidos de una forma fácil y rápida. Dicho modelo está pensado para los profesionales que desean recibir una formación a distancia de calidad, adaptada a su disponibilidad horaria.
- Intervención de profesores, directivos de diversas nacionalidades, conocedores de primera mano de la realidad de otros países, que facultarán a los alumnos en la realización de comparaciones a nivel internacional.
- Apoyo de material online para lograr una formación completa y sólida.
- Máxima interacción entre los alumnos y los directivos de las empresas a través de la participación de los alumnos en los foros de discusión.

---

## RESUMEN

- **Modalidad** : On Line, a través de una innovadora plataforma.
- **Duración** : 12 meses.
- **Valor Académico** : 70 créditos.
- **Idioma** : Español.

**Estadía por 2 a 3 noches en Barcelona para certificación del programa (opcional)**

---

## POSTULACIONES

- ✓ **Inicio de Clases** : Noviembre de 2010

### *Requisitos de Postulación*

- ✓ Ser profesional titulado, con carrera universitaria de ocho semestres.
- ✓ Completar Solicitud de Postulación

## *Acreditar*

- ✓ Solicitud de Postulación.
- ✓ Currículum Vitae (resumido)
- ✓ Certificado de título original
- ✓ Fotocopia del carné de identidad o pasaporte para los extranjeros.

---

## VALORES

- ✓ Valor matrícula: \$ 120.000
- ✓ Arancel:
  - 2.285.694 pesos chilenos
  - 4.754 dólares \*Pago Fraccionado\*

## Informaciones

Para mayor información no dude en contactarnos al **56-2-3561282**

Correo electrónico: **escuela.postgrado@uac.cl**

Visite nuestro sitio web **www.escuelapostgradouac.cl**

Dirección: **Nueva York 17, of. 201, Santiago – Chile**

---

## OBJETIVOS

El *Master en Dirección de Marketing y Canales de Distribución* tiene los siguientes objetivos:

Proporcionar a los alumnos un conocimiento profundo de los mercados europeos, asiáticos, americanos y africanos, factible gracias a la participación de directivos expertos en cada uno de ellos.

Ofrecer las herramientas estratégicas suficientes para poder planificar y liderar la estrategia comercial de una empresa.

Generar las capacidades estratégicas necesarias para dirigir con acierto y eficacia los departamentos de marketing y comerciales de las empresas, especialmente de distribución y las franquicias.

Capacitar al estudiante para la realización de estudios de mercados en los distintos ámbitos nacionales e internacionales.

---

## PROGRAMA ACADÉMICO

El *Master en Dirección de Marketing y Canales de Distribución* tiene una carga lectiva de 70 créditos, de los cuales 7 corresponden a la realización de un proyecto empresarial tutorizado. El título de Máster se obtiene cursando y demostrando suficiencia en la resolución de los casos prácticos de los módulos y aprobando el proyecto empresarial.

### **Módulo I: Marketing Estratégico (5 créditos ECTS)**

1. Introducción al marketing.
2. El marketing mix.
3. El consumidor y la segmentación de mercado.

### **Módulo II: La Investigación de Mercado (5 créditos ECTS)**

1. Las funciones y las tipologías de información.
2. El plan de investigación comercial.
3. Las técnicas cualitativas y cuantitativas de investigación.

### **Módulo III: Marketing Operativo (5 créditos ECTS)**

1. Las estrategias de producto y de marca.
2. Las estrategias de precio.
3. Las estrategias de comunicación.

### **Módulo IV: El Plan de Marketing (5 créditos ECTS)**

1. Funciones y responsabilidades del plan.
2. Los objetivos del plan.
3. La estrategia del plan.
4. Organización de la empresa orientada al marketing.

## Módulo V: Los Canales de Distribución (5 créditos ECTS)

1. Organización de la distribución.
2. Formas de asociación en los canales.
3. Origen y efectos de los cambios en la distribución.
4. Tipologías de los canales y de los agentes especializados.
5. La función del merchandising en el comercio minorista.

## Módulo VI: La Franquicia como Forma de Colaboración en la Distribución (5 créditos ECTS)

1. Formas de la franquicia.
2. Figuras de la franquicia.
3. El manual operativo de la franquicia.
4. Código deontológico de la franquicia.

## Módulo VII: Sales Management I y II (5 créditos ECTS)

1. La planificación de las ventas.
2. La planificación de la red comercial.
3. El control de las ventas.

## Módulo VIII: La Gestión de los RR.HH (5 créditos ECTS)

1. Organización de la comunicación interna del equipo de ventas.
2. Búsqueda, selección y organización del equipo de vendedores.
3. La gestión del conflicto.

## Módulo IX: Nuevas Tecnologías Aplicadas (5 créditos ECTS)

1. Negocio autoalimentable.
2. Economías de red.
3. Red de metcalfe.
4. Herramientas de marketing online.
5. Posicionamiento online.
6. Target. Robots.
7. Contenidos.
8. Usuarios y clientes.

## Módulo X: Estrategia Financiera (5 créditos ECTS)

1. El presupuesto de tesorería.
2. Cuenta de resultados y balance.
3. La recuperación de la inversión y la gestión de existencias.

## Módulo XI: Branding Management (5 créditos ECTS)

1. Conceptos generales.
2. Identidad / imagen / posicionamiento
3. Definición de la estrategia
4. Arquitectura de marca
5. Gestión de la marca. Planificación operativa
6. Sistemas de medición de resultados

## Módulo XII: El CRM (5 créditos ECTS)

1. Introducción al CRM
2. La estrategia de CRM en la empresa
3. Implementación de una estrategia de CRM

## Módulo XIII: Proyecto Final de Máster (5 créditos ECTS)

## Módulo XIV-Optativo: Psicología Aplicada a las Ventas (5 créditos ECTS)

1. Bases psicológicas de la venta
2. El proceso de venta
3. La comunicación no verbal en la venta

## Módulo XV-Optativo: La Dirección de la Red Comercial (5 créditos ECTS)

1. La función directiva en el ámbito comercial
2. La selección e incorporación de vendedores
3. La motivación del equipo comercial

# EQUIPO ACADÉMICO

---

## Dirección

### **DR. LLUÍS JOVELL**

Profesor Titular. Departamento de Economía Aplicada.  
Universidad Autónoma de Barcelona  
España

## Sub-Dirección

### **PRF. LUZ A. GOMEZ**

Programa Masters Marketing Comercio y Distribución.  
Universidad Autónoma de Barcelona  
España

### **DR. ROSSANO EUSEBIO**

Profesor Agregado. Departamento de Economía de la Empresa.  
Universidad Autónoma de Barcelona  
España.

## Responsable del Sistema Informático y Web

### **SRA. SONIA NAVEIRO**

Programa Masters Marketing Comercio y Distribución.  
Universidad Autónoma de Barcelona  
España

## Tutora Online

### **SRA. AÍDA PATIÑO MACÍAS**

Programa Masters Marketing Comercio y Distribución.  
Universidad Autónoma de Barcelona  
España