

# Maestría Oficial Universitaria Dirección Comercial y Ventas

N° de RVOE: 20211794

**RVOE**

EDUCACIÓN SUPERIOR



**tech**  
universidad



Nº de RVOE: 20211794

## Maestría Oficial Universitaria Dirección Comercial y Ventas

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% online**

Duración: **20 meses**

Fecha de vigencia RVOE: **11/03/2020**

Acceso web: [www.techtitute.com/mx/escuela-de-negocios/maestria-universitaria/maestria-universitaria-direccion-comercial-ventas](http://www.techtitute.com/mx/escuela-de-negocios/maestria-universitaria/maestria-universitaria-direccion-comercial-ventas)

# Índice

01

Presentación del programa

---

*pág. 4*

02

¿Por qué estudiar en TECH?

---

*pág. 8*

03

Plan de estudios

---

*pág. 12*

04

Convalidación  
de asignaturas

---

*pág. 24*

05

Objetivos docentes

---

*pág. 30*

06

Salidas profesionales

---

*pág. 36*

07

Idiomas gratuitos

---

*pág. 40*

08

Metodología de estudio

---

*pág. 44*

10

Titulación

---

*pág. 54*

11

Homologación del título

---

*pág. 58*

12

Requisitos de acceso

---

*pág. 62*

13

Proceso de admisión

---

*pág. 66*

# 01

## Presentación del programa

El campo del Comercio ha experimentado una gran transformación durante los últimos años. Las nuevas tecnologías y los avances en comunicación han proporcionado a las empresas de nuevas herramientas para tomar el control y analizar sus productos con enorme detalle. Además, los clientes han modificado sus hábitos de consumo, apostando cada vez por las compras online. Por eso, los expertos requieren disponer de habilidades avanzadas para dirigir estratégicamente la actividad comercial de la organización, con una visión integral que le permita utilizar las herramientas más efectivas para cada parte del proceso. Con esta idea en mente, TECH lanza una revolucionaria titulación universitaria enfocada en la Dirección Comercial y Ventas. A su vez, se basa en una cómoda metodología 100% online.

*Este es el momento, te estábamos esperando*





“

*Con esta Maestría Oficial Universitaria, 100% online, liderarás de forma efectiva el área Comercial y de Ventas de las organizaciones”*

En el contexto de la globalización y la creciente competencia, la Dirección Comercial y de Ventas ha evolucionado para convertirse en una función estratégica esencial dentro de las organizaciones. De acuerdo con un estudio realizado por la Organización de las Naciones Unidas, las empresas que adoptan una Dirección Comercial centrada en el cliente y basada en datos reportan un incremento promedio del 45% en sus ingresos anuales. Ante esta realidad, los expertos necesitan incorporar a su praxis diaria las estrategias más avanzadas para optimizar los resultados comerciales.

En este escenario, TECH presenta una innovadora Maestría Oficial Universitaria en Dirección Comercial y Ventas. El plan de estudios ahondará en cuestiones que abarcan desde la gestión económica o negociación comercial hasta la investigación de mercados. Al mismo tiempo, el temario profundizará en la planificación de la campaña de ventas, lo que permitirá a los alumnos identificar y asignar los recursos necesarios (como personal, tiempo, presupuesto y herramientas tecnológicas) de manera eficiente. En sintonía con esto, los materiales didácticos ofrecerán a los especialistas diversas estrategias para coordinar, motivar y dirigir equipos de ventas de manera eficaz, orientándolos hacia el cumplimiento de objetivos comerciales y el logro de resultados. De este modo, los egresados desarrollarán competencias avanzadas para diseñar estrategias comerciales y planes de ventas alineados con los objetivos organizacionales, logrando optimizar recursos y maximizar la penetración y crecimiento en el mercado.

Cabe destacar que los especialistas contarán con una plataforma 100% online y diversos recursos multimedia. Además, la metodología *Relearning* de TECH favorecerá el desarrollo de competencias y el dominio de conceptos complejos de un modo más rápido, eficiente y flexible. Todo ello con una titulación universitaria que no estará sujeta a horarios rígidos para que cada egresado pueda elegir el momento y lugar en que se centrará en esta Maestría Oficial Universitaria.





“

*Esta titulación universitaria te aportará todas las destrezas que necesitas para dirigir estratégicamente la actividad comercial de una organización”*

# 02

## ¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor Universidad digital del mundo. Con un impresionante catálogo de más de 14.000 programas universitarios, disponibles en 11 idiomas, se posiciona como líder en empleabilidad, con una tasa de inserción laboral del 99%. Además, cuenta con un enorme claustro de más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional.

*Te damos +*

“

*Estudia en la mayor universidad digital  
del mundo y asegura tu éxito profesional.  
El futuro empieza en TECH”*

### La mejor universidad online del mundo según FORBES

La prestigiosa revista Forbes, especializada en negocios y finanzas, ha destacado a TECH como «la mejor universidad online del mundo». Así lo han hecho constar recientemente en un artículo de su edición digital en el que se hacen eco del caso de éxito de esta institución, «gracias a la oferta académica que ofrece, la selección de su personal docente, y un método de aprendizaje innovador orientado a formar a los profesionales del futuro».

**Forbes**  
Mejor universidad  
online del mundo

**Plan**  
de estudios  
más completo

### Los planes de estudio más completos del panorama universitario

TECH ofrece los planes de estudio más completos del panorama universitario, con temarios que abarcan conceptos fundamentales y, al mismo tiempo, los principales avances científicos en sus áreas científicas específicas. Asimismo, estos programas son actualizados continuamente para garantizar al alumnado la vanguardia académica y las competencias profesionales más demandadas. De esta forma, los títulos de la universidad proporcionan a sus egresados una significativa ventaja para impulsar sus carreras hacia el éxito.

### El mejor claustro docente top internacional

El claustro docente de TECH está integrado por más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional. Catedráticos, investigadores y altos ejecutivos de multinacionales, entre los cuales se destacan Isaiah Covington, entrenador de rendimiento de los Boston Celtics; Magda Romanska, investigadora principal de MetaLAB de Harvard; Ignacio Wistumba, presidente del departamento de patología molecular traslacional del MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, director creativo de la revista TIME, entre otros.

Profesorado  
**TOP**  
Internacional



La metodología  
más eficaz

### Un método de aprendizaje único

TECH es la primera universidad que emplea el *Relearning* en todas sus titulaciones. Se trata de la mejor metodología de aprendizaje online, acreditada con certificaciones internacionales de calidad docente, dispuestas por agencias educativas de prestigio. Además, este disruptivo modelo académico se complementa con el "Método del Caso", configurando así una estrategia de docencia online única. También en ella se implementan recursos didácticos innovadores entre los que destacan vídeos en detalle, infografías y resúmenes interactivos.

### La mayor universidad digital del mundo

TECH es la mayor universidad digital del mundo. Somos la mayor institución educativa, con el mejor y más amplio catálogo educativo digital, cien por cien online y abarcando la gran mayoría de áreas de conocimiento. Ofrecemos el mayor número de titulaciones propias, titulaciones oficiales de posgrado y de grado universitario del mundo. En total, más de 14.000 títulos universitarios, en once idiomas distintos, que nos convierten en la mayor institución educativa del mundo.

**nº1**  
Mundial  
Mayor universidad  
online del mundo

### La universidad online oficial de la NBA

TECH es la universidad online oficial de la NBA. Gracias a un acuerdo con la mayor liga de baloncesto, ofrece a sus alumnos programas universitarios exclusivos, así como una gran variedad de recursos educativos centrados en el negocio de la liga y otras áreas de la industria del deporte. Cada programa tiene un currículum de diseño único y cuenta con oradores invitados de excepción: profesionales con una distinguida trayectoria deportiva que ofrecerán su experiencia en los temas más relevantes.

### Líderes en empleabilidad

TECH ha conseguido convertirse en la universidad líder en empleabilidad. El 99% de sus alumnos obtienen trabajo en el campo académico que ha estudiado, antes de completar un año luego de finalizar cualquiera de los programas de la universidad. Una cifra similar consigue mejorar su carrera profesional de forma inmediata. Todo ello gracias a una metodología de estudio que basa su eficacia en la adquisición de competencias prácticas, totalmente necesarias para el desarrollo profesional.



### Google Partner Premier

El gigante tecnológico norteamericano ha otorgado a TECH la insignia Google Partner Premier. Este galardón, solo al alcance del 3% de las empresas del mundo, pone en valor la experiencia eficaz, flexible y adaptada que esta universidad proporciona al alumno. El reconocimiento no solo acredita el máximo rigor, rendimiento e inversión en las infraestructuras digitales de TECH, sino que también sitúa a esta universidad como una de las compañías tecnológicas más punteras del mundo.



### La universidad mejor valorada por sus alumnos

La web de valoraciones Trustpilot ha posicionado a TECH como la universidad mejor valorada del mundo por sus alumnos. Este portal de reseñas, el más fiable y prestigioso porque verifica y valida la autenticidad de cada opinión publicada, ha concedido a TECH su calificación más alta, 4,9 sobre 5, atendiendo a más de 1.000 reseñas recibidas. Unas cifras que sitúan a TECH como la referencia universitaria absoluta a nivel internacional.



# 03

## Plan de estudios

Este plan de estudios ha sido diseñado con el objetivo de aportar al profesional las mejores técnicas comerciales y las mejores habilidades directivas. Y para alcanzar esa meta, este programa universitario que se desarrolla a partir de 11 asignaturas especializadas profundizará en cuestiones como la dirección estratégica, los métodos de evaluación para el diagnóstico financiero, las plataformas logísticas a nivel internacional o el Modelo de Porter como método de análisis de los factores del entorno competitivo, entre muchas otras.

*Un temario  
completo y bien  
desarrollado*

“

*Serás capaz de analizar el comportamiento de los clientes, lo que te permitirá identificar sus necesidades y gestionar relaciones sólidas mediante técnicas de fidelización”*

Durante las 11 asignaturas del programa, el estudiante analizará multitud de casos prácticos mediante los escenarios simulados planteados en cada uno de ellos. Ese planteamiento práctico se completará con actividades y ejercicios, acceso a material complementario, vídeos *in focus*, videos de apoyo, clases magistrales y presentaciones multimedia, para hacer sencillo lo más complejo y establecer una dinámica de trabajo que permita al estudiante la correcta adquisición de competencias.

“

*Aprovecha todos los beneficios de la metodología Relearning, la cual te permitirá organizar tu tiempo y ritmo de estudio, adaptándose a tus horarios”*

### **Dónde, cuándo y cómo se imparte**

Esta Maestría Oficial Universitaria se ofrece 100% online, por lo que el alumno podrá cursarlo desde cualquier sitio, haciendo uso de una computadora, una tableta o simplemente mediante su smartphone. Además, podrá acceder a los contenidos de manera offline, bastando con descargarse los contenidos de los temas elegidos en el dispositivo y abordarlos sin necesidad de estar conectado a Internet. Una modalidad de estudio autodirigida y asincrónica que pone al estudiante en el centro del proceso académico, gracias a un formato metodológico ideado para que pueda aprovechar al máximo su tiempo y optimizar el aprendizaje.





En esta Maestría con RVOE, el alumnado dispondrá de 11 asignaturas que podrá abordar y analizar a lo largo de 20 meses de estudio.

<b>Asignatura 1</b>	Administración y liderazgo
<b>Asignatura 2</b>	Logística y gestión económica
<b>Asignatura 3</b>	Dirección Comercial
<b>Asignatura 4</b>	Investigación de mercados
<b>Asignatura 5</b>	Planificación de la campaña de Ventas
<b>Asignatura 6</b>	Organización comercial y del equipo de Ventas
<b>Asignatura 7</b>	Selección, formación y entrenamiento de la red de Ventas
<b>Asignatura 8</b>	Proceso de la actividad comercial
<b>Asignatura 9</b>	Administración de la relación con el cliente
<b>Asignatura 10</b>	Integración de los canales digitales de la estrategia comercial
<b>Asignatura 11</b>	Mercadotecnia internacional

Los contenidos académicos de este programa abarcan también los siguientes temas y subtemas:

### Asignatura 1. Administración y liderazgo

- 1.1. Dirección general
  - 1.1.1. Concepto de dirección general
  - 1.1.2. La acción del director general
  - 1.1.3. El Director general y sus funciones
  - 1.1.4. Transformación del trabajo de la dirección
- 1.2. Dirección estratégica
  - 1.2.1. El concepto de estrategia
  - 1.2.2. El proceso de dirección estratégica
  - 1.2.3. Enfoques de la dirección estratégica
- 1.3. Estrategia competitiva
  - 1.3.1. Concepto de estrategia competitiva
  - 1.3.2. La ventaja competitiva
  - 1.3.3. Elección de una estrategia competitiva
  - 1.3.4. Estrategias según el modelo del reloj estratégico
  - 1.3.5. Tipos de estrategias según el ciclo de vida del sector industrial
- 1.4. Planificación y estrategia
  - 1.4.1. El plan en una estrategia
  - 1.4.2. Posicionamiento estratégico
  - 1.4.3. La estrategia en la empresa
  - 1.4.4. Planificación
- 1.5. Gestión del talento
  - 1.5.1. Concepto de gestión del talento
  - 1.5.2. Funciones y procesos en la gestión del talento
  - 1.5.3. Técnicas de gestión del talento
  - 1.5.4. Tendencias en la gestión del talento

- 1.6. Desarrollo directivo y liderazgo
  - 1.6.1. Concepto de desarrollo directivo
  - 1.6.2. Concepto de liderazgo
  - 1.6.3. Teorías del liderazgo
  - 1.6.4. Estilos de liderazgo
  - 1.6.5. La inteligencia en el liderazgo
  - 1.6.6. Los desafíos del líder en la actualidad
- 1.7. Gestión del cambio
  - 1.7.1. Concepto de gestión del cambio
  - 1.7.2. El Proceso de gestión del cambio
  - 1.7.3. La Implementación del cambio. El Modelo de Kotter

### Asignatura 2. Logística y gestión económica

- 2.1. Diagnóstico financiero
  - 2.1.1. Concepto de diagnóstico financiero
  - 2.1.2. Etapas del diagnóstico financiero
  - 2.1.3. Métodos de evaluación para el diagnóstico financiero
- 2.2. Análisis económico de decisiones
  - 2.2.1. Concepto de análisis económico
  - 2.2.2. Control presupuestario
  - 2.2.3. Análisis económico de decisiones
  - 2.2.4. Indicadores de análisis económico
- 2.3. Valoración de inversiones y gestión centralizada de los proyectos
  - 2.3.1. Evaluación de inversiones
  - 2.3.2. Métodos de selección de inversiones
  - 2.3.3. Herramientas adicionales para la valoración de proyectos de inversión
- 2.4. Dirección de logística de compras
  - 2.4.1. Gestión de aprovisionamiento y compras
  - 2.4.2. Gestión de almacenes
  - 2.4.3. Gestión de inventarios



- 2.5. Gestión de la cadena de suministro
  - 2.5.1. Concepto de gestión de la cadena de suministro (SCM)
  - 2.5.2. Costes y eficiencia de la cadena de operaciones
  - 2.5.3. Patrones de demanda
  - 2.5.4. La estrategia de operaciones y el cambio
- 2.6. Procesos logísticos
  - 2.6.1. Organización y gestión por procesos
  - 2.6.2. Aprovisionamiento, producción y distribución
  - 2.6.3. Calidad y los costes de calidad
  - 2.6.4. Servicio postventa
- 2.7. Logística y clientes
  - 2.7.1. Análisis de demanda
  - 2.7.2. Previsión de demanda y Ventas
  - 2.7.3. Planificación de ventas y operaciones
  - 2.7.4. Planeamiento participativo, pronóstico y reabastecimiento (CPFR)
- 2.8. Logística internacional
  - 2.8.1. Procesos de exportación e importación
  - 2.8.2. Aduanas
  - 2.8.3. Formas y medios de pago internacionales
  - 2.8.4. Plataformas logísticas a nivel internacional

### Asignatura 3. Dirección Comercial

- 3.1. Negociación comercial
  - 3.1.1. Fundamentos de la negociación comercial
  - 3.1.2. Las cuestiones psicológicas de la negociación
  - 3.1.3. Principales métodos de negociación
  - 3.1.4. El proceso negociador

- 3.2. Fundamentos de la dirección comercial
  - 3.2.1. La función de la dirección comercial
  - 3.2.2. Sistemas de análisis de la situación competitiva comercial empresa/mercado
  - 3.2.3. Sistemas de planificación comercial de la empresa
  - 3.2.4. Principales estrategias competitivas
- 3.3. Toma de decisiones en gestión comercial
  - 3.3.1. Estrategia comercial y estrategia competitiva
  - 3.3.2. Modelos de toma de decisiones
  - 3.3.3. Analíticas y herramientas para la toma de decisiones
  - 3.3.4. Comportamiento humano en la toma de decisiones
- 3.4. Dirección y gestión de la red de Ventas
  - 3.4.1. Dirección de ventas
  - 3.4.2. Redes al servicio de la actividad comercial
  - 3.4.3. Políticas de selección y formación de vendedores
  - 3.4.4. Sistemas de remuneración de las redes comercial propias y externas
  - 3.4.5. Gestión del proceso comercial. Control y asistencia a la labor de los comerciales basándose en la información
- 3.5. Implementación de la función comercial
  - 3.5.1. Contratación de comerciales propios y agentes comerciales. Descripción del puesto
  - 3.5.2. Control de la actividad comercial
  - 3.5.3. El código deontológico del personal comercial
  - 3.5.4. Cumplimiento normativo
  - 3.5.5. Normas comerciales de conducta generalmente aceptadas
- 3.6. Gestión financiera y presupuestaria
  - 3.6.1. El umbral de rentabilidad
  - 3.6.2. El presupuesto de ventas. Control de gestión y del plan anual de ventas
  - 3.6.3. Impacto financiero de las decisiones estratégicas comerciales
  - 3.6.4. Gestión del ciclo. Rotaciones. Liquidez
  - 3.6.5. Cuenta resultados

#### Asignatura 4. Investigación de mercados

- 4.1. Fundamentos de mercadotecnia
  - 4.1.1. Concepto de mercadotecnia
  - 4.1.2. Elementos básicos de la mercadotecnia
  - 4.1.3. Actividades de mercadotecnia de la empresa
- 4.2. Mercadotecnia: de la idea al mercado
  - 4.2.1. El proceso de mercadotecnia
  - 4.2.2. Las ideas como oportunidades de negocio
  - 4.2.3. Mercadotecnia, impulso hacia el mercado
- 4.3. Nuevo entorno competitivo
  - 4.3.1. Concepto de entorno competitivo
  - 4.3.2. El modelo de Porter como análisis de los factores del entorno competitivo
  - 4.3.3. Nuevos factores del entorno competitivo
  - 4.3.4. El nuevo entorno competitivo: Características
- 4.4. Métodos y técnicas de investigación cuantitativas
  - 4.4.1. Introducción
  - 4.4.2. Tamaño muestral
  - 4.4.3. Muestreo
  - 4.4.4. Tipos de técnicas cuantitativas
- 4.5. Métodos y técnicas de investigación cualitativas
  - 4.5.1. Introducción
  - 4.5.2. Tipos de investigación cualitativa
  - 4.5.3. Técnicas de investigación cualitativa
- 4.6. Segmentación de mercados
  - 4.6.1. Concepto de segmentación de mercados
  - 4.6.2. Utilidad y requisitos de la segmentación
  - 4.6.3. Segmentación de mercados de consumo
  - 4.6.4. Segmentación de mercados industriales
  - 4.6.5. Estrategias de segmentación
  - 4.6.6. La segmentación con base a criterios de la mezcla de mercadotecnia
  - 4.6.7. Metodología de segmentación del mercado

- 4.7. Tipos de comportamiento de compra
    - 4.7.1. El proceso de decisión de compra
    - 4.7.2. Las etapas en el proceso de compra
    - 4.7.3. Tipos de comportamiento de compra
    - 4.7.4. Características de los tipos de comportamiento de compra
  - 4.8. Sistemas de información de mercadotecnia
    - 4.8.1. Concepto del sistema de información de mercadotecnia (SIM)
    - 4.8.2. Características del sistema de información de mercadotecnia
    - 4.8.3. La información en el sistema de información de mercadotecnia
    - 4.8.4. Estructura del sistema de información de mercadotecnia
  - 4.9. Gestión de proyectos de investigación
    - 4.9.1. La investigación de mercados como un proceso
    - 4.9.2. Etapas de planificación en la investigación de mercados
    - 4.9.3. Etapas de ejecución en la investigación de mercados
    - 4.9.4. Gestión de un proyecto de investigación
  - 4.10. Inteligencia de mercados
    - 4.10.1. Concepto de inteligencia de mercados
    - 4.10.2. Áreas de la inteligencia de mercados
    - 4.10.3. La vigilancia en la inteligencia de mercados
    - 4.10.4. Los paneles como fuentes de información para la inteligencia de mercados
- Asignatura 5. Planificación de la campaña de Ventas**
- 5.1. Análisis de la cartera de cliente
    - 5.1.1. Planificación y determinación de las preferencias de los clientes
    - 5.1.2. Clasificación de clientes
    - 5.1.3. Segmentación de clientes
  - 5.2. Segmentación comercial
    - 5.2.1. Análisis de canales de distribución, zonas de ventas y productos
    - 5.2.2. Preparación zonas comerciales
    - 5.2.3. Realización del plan de visitas y su seguimiento
    - 5.2.4. La concertación de entrevistas
  - 5.3. Selección de clientes objetivo
    - 5.3.1. Orientación al cliente
    - 5.3.2. El concepto comprador-persona
    - 5.3.3. Estrategia y planificación. Mercadotecnia uno a uno
    - 5.3.4. Implicaciones y limitaciones de la Ley Orgánica de Protección de Datos
    - 5.3.5. Uso de sistemas de selección de clientes objetivo para la gestión de clientes
  - 5.4. Gestión de cuentas clave
    - 5.4.1. Identificación de cuentas clave y el perfil del gerente de cuentas clave
    - 5.4.2. Beneficios, riesgos, recursos y costes del gerente de cuentas clave
    - 5.4.3. Fases de la acción estratégica y operativa del gerente de cuentas clave
    - 5.4.4. Ventas y gerente de cuentas clave. El plan de Ventas del gerente de cuentas clave
  - 5.5. Previsión de Ventas
    - 5.5.1. Previsión empresarial y previsión de Ventas
    - 5.5.2. Métodos de previsión de Ventas
    - 5.5.3. Aplicaciones prácticas de la previsión de Ventas
  - 5.6. Fijación de objetivos de venta
    - 5.6.1. Coherencia de objetivos empresariales, de mercadotecnia y de Ventas
    - 5.6.2. Programación de objetivos y presupuestos detallados
    - 5.6.3. Distribución de objetivos por unidades de actividad comercial
    - 5.6.4. Tipos de objetivos de mercadotecnia y Ventas
  - 5.7. Cuota de ventas y su fijación
    - 5.7.1. Cuotas de actividad
    - 5.7.2. Cuotas de volumen y rentabilidad
    - 5.7.3. Cuotas de participación
    - 5.7.4. Cuotas económicas y financieras
    - 5.7.5. La estacionalidad y las cuotas
  - 5.8. Plan de contingencia
    - 5.8.1. Sistemas de información y control de las Ventas
    - 5.8.2. Cuadros de mando
    - 5.8.3. Medidas correctoras y planes de contingencia

### Asignatura 6. Organización comercial y del equipo de Ventas

- 6.1. Organización comercial
  - 6.1.1. Introducción a la organización comercial
  - 6.1.2. Estructuras comerciales más típicas
  - 6.1.3. Organización de delegaciones
  - 6.1.4. Desarrollo de modelos organizativos comerciales
- 6.2. Organización de la red de Ventas
  - 6.2.1. Organigrama del departamento
  - 6.2.2. Diseño de las redes de Ventas
  - 6.2.3. Realidad multicanal
- 6.3. Análisis de mercado interno
  - 6.3.1. Comprador, el camino del cliente y el éxito del cliente
  - 6.3.2. Estructuración de la experiencia del cliente
  - 6.3.3. Gestión de la cadena de servicio y análisis de la calidad
  - 6.3.4. El factor humano
- 6.4. Estrategia de Ventas
  - 6.4.1. Métodos de Ventas
  - 6.4.2. Estrategias de captación
  - 6.4.3. Estrategias de retención y desarrollo
  - 6.4.4. Estructuración de una guía
- 6.5. Estrategia Ir al mercado
  - 6.5.1. Mezcla de mercadotecnia y estrategia ir al mercado
  - 6.5.2. Factores de la estrategia ir al mercado
  - 6.5.3. Canales directos e indirectos
  - 6.5.4. Segmentación del mercado en la estrategia ir al mercado
- 6.6. Control de la actividad comercial
  - 6.6.1. Principales ratios y métodos de control
  - 6.6.2. Herramientas de supervisión
  - 6.6.3. Metodología del cuadro de mando

- 6.7. Organización del servicio postventa
  - 6.7.1. Acciones postventa
  - 6.7.2. Relaciones con el cliente
  - 6.7.3. Autoanálisis y mejora
  - 6.7.4. Gestión de incidentes y gestión del conocimiento
- 6.8. Auditoría comercial
  - 6.8.1. Posibles líneas de intervención
  - 6.8.2. Auditoría comercial exprés
  - 6.8.3. Evaluación estratégica del equipo
  - 6.8.4. Valoración de la política de mercadotecnia

### Asignatura 7. Selección, formación y entrenamiento de la red de Ventas

- 7.1. Gestión del capital humano
  - 7.1.1. Capital intelectual. El activo intangible del conocimiento
  - 7.1.2. Adquisición de talento
  - 7.1.3. La prevención de la pérdida de recursos humanos
- 7.2. Selección del equipo de Ventas
  - 7.2.1. Acciones de reclutamiento
  - 7.2.2. Perfiles de vendedores
  - 7.2.3. Entrevista
  - 7.2.4. Plan de acogida
- 7.3. Formación de vendedores de alto nivel
  - 7.3.1. Plan de formación
  - 7.3.2. Características y actividades del vendedor
  - 7.3.3. Formación y gestión de equipos de alto rendimiento
- 7.4. Gestión de formación
  - 7.4.1. Las teorías del aprendizaje
  - 7.4.2. Detección y retención del talento
  - 7.4.3. Gamificación y gestión del talento
  - 7.4.4. La formación y la obsolescencia profesional

- 7.5. Entrenamiento personal e inteligencia emocional
  - 7.5.1. Inteligencia emocional aplicada a las técnicas de venta
  - 7.5.2. Asertividad, empatía y escucha activa
  - 7.5.3. Autoestima y lenguaje emocional
  - 7.5.4. Inteligencias múltiples
- 7.6. Motivación
  - 7.6.1. La naturaleza de la motivación
  - 7.6.2. Teoría de las expectativas
  - 7.6.3. Teorías de las necesidades
  - 7.6.4. Motivación y compensación económica
- 7.7. Remuneración de redes en venta
  - 7.7.1. Sistemas de remuneración
  - 7.7.2. Sistemas de incentivos y compensación
  - 7.7.3. Distribución de los conceptos del salario
- 7.8. Compensación y beneficios no económicos
  - 7.8.1. Los programas de calidad de vida en el trabajo
  - 7.8.2. Ampliación y enriquecimiento del puesto
  - 7.8.3. Flexibilidad de horarios y trabajo compartido

## Asignatura 8. Proceso de la actividad comercial

- 8.1. Desarrollo del proceso de venta
  - 8.1.1. Metodología en el proceso de venta
  - 8.1.2. Captación de la atención y argumentación
  - 8.1.3. Objeciones y demostración
- 8.2. Preparación de la visita comercial
  - 8.2.1. Estudio de la ficha de cliente
  - 8.2.2. Planteamiento de objetivos de venta al cliente
  - 8.2.3. Preparación de la entrevista
- 8.3. Realización de la visita comercial
  - 8.3.1. Presentación al cliente
  - 8.3.2. Determinación de necesidades
  - 8.3.3. Argumentación

- 8.4. Psicología y técnicas de venta
  - 8.4.1. Nociones de psicología aplicada a la venta
  - 8.4.2. Técnicas para mejorar la comunicación verbal y no verbal
  - 8.4.3. Factores de influencia en la conducta del consumidor
- 8.5. Negociación y cierre de la venta
  - 8.5.1. Fases de la negociación
  - 8.5.2. Tácticas de negociación
  - 8.5.3. Cierre y compromiso del cliente
  - 8.5.4. Análisis de la visita comercial
- 8.6. El proceso de fidelización
  - 8.6.1. Conocimiento exhaustivo del cliente
  - 8.6.2. El proceso comercial a llevar a cabo con el cliente
  - 8.6.3. El valor que tiene el cliente para la empresa

## Asignatura 9. Administración de la relación con el cliente

- 9.1. Conociendo al mercado y al consumidor
  - 9.1.1. Innovación abierta
  - 9.1.2. Inteligencia competitiva
  - 9.1.3. Economía colaborativa
- 9.2. Gestión de las relaciones con clientes y mercadotecnia relacional
  - 9.2.1. Filosofía empresarial u orientación estratégica
  - 9.2.2. Identificación y diferenciación del cliente
  - 9.2.3. La empresa y sus partes interesadas
  - 9.2.4. Creando lealtad en el cliente
- 9.3. Base de datos en mercadotecnia y administración de la relación con el cliente
  - 9.3.1. Aplicaciones de la mercadotecnia de base de datos
  - 9.3.2. Leyes y regulación
  - 9.3.3. Fuentes de información, almacenamiento y procesamiento
- 9.4. Psicología y comportamiento del consumidor
  - 9.4.1. El estudio del comportamiento del consumidor
  - 9.4.2. Factores internos y externos del consumidor
  - 9.4.3. Proceso de decisión del consumidor
  - 9.4.4. Consumerismo, sociedad, mercadotecnia y ética

- 9.5. Áreas de administración de la gestión de las relaciones con clientes
  - 9.5.1. Servicios prestados al cliente
  - 9.5.2. Gestión de la fuerza de Ventas
  - 9.5.3. Servicio al cliente
- 9.6. Mercadotecnia centrada en el cliente
  - 9.6.1. Segmentación
  - 9.6.2. Análisis de la rentabilidad
  - 9.6.3. Estrategias para fidelizar al cliente
- 9.7. Técnicas de administración de la gestión de las relaciones con clientes
  - 9.7.1. Mercadotecnia directa
  - 9.7.2. Integración multicanal
  - 9.7.3. Mercadotecnia viral
- 9.8. Ventajas y peligros de implementar gestión de las relaciones con clientes
  - 9.8.1. Gestión de las relaciones con clientes, Ventas y costes
  - 9.8.2. Satisfacción y lealtad del cliente
  - 9.8.3. Implementación tecnológica
  - 9.8.4. Errores estratégicos y de gestión

## Asignatura 10. Integración de los canales digitales de la estrategia comercial

- 10.1. Administración del comercio digital
  - 10.1.1. Nuevos modelos de comercio electrónico
  - 10.1.2. Planificación y desarrollo de un plan estratégico de comercio electrónico
  - 10.1.3. Estructura tecnológica en el comercio electrónico
- 10.2. Implementando técnicas de comercio electrónico
  - 10.2.1. Medios sociales e integración en el plan de comercio electrónico
  - 10.2.2. Estrategia multicanal
  - 10.2.3. Personalización de tableros de mando
- 10.3. Fijación de precios digitales
  - 10.3.1. Medios y pasarelas de pago en línea
  - 10.3.2. Promociones electrónicas
  - 10.3.3. Temporización digital de precios
  - 10.3.4. Subastas electrónicas



- 10.4. Del comercio electrónico al comercio móvil y comercio en redes sociales
  - 10.4.1. Modelos de negocio de los mercados electrónicos
  - 10.4.2. Comercio social y experiencia de marca
  - 10.4.3. Compra a través de dispositivos móviles
- 10.5. Inteligencia del cliente de la gestión de relaciones electrónicas con clientes a la gestión de relaciones con clientes en redes sociales
  - 10.5.1. Integración del consumidor en la cadena de valor
  - 10.5.2. Técnicas de investigación y fidelización en línea
  - 10.5.3. Planificación de una estrategia de gestión de la relación con el cliente
- 10.6. Gestión de comunidades virtuales
  - 10.6.1. Cambios en los paradigmas de comunicación
  - 10.6.2. Inteligencia de negocios y consumidor 2.0
  - 10.6.3. Gestión de redes y comunidades
  - 10.6.4. Gestión de contenido en redes sociales
  - 10.6.5. Monitorización, analítica y resultado en redes sociales
- 10.7. Planeación de redes sociales
  - 10.7.1. Diseño de un plan de *social media*
  - 10.7.2. Definición de la estrategia a seguir en cada medio
  - 10.7.3. Protocolo de contingencia en caso de crisis
- 10.8. Análisis en la red e inteligencia en redes sociales
  - 10.8.1. Establecimiento de objetivos e indicador clave de desempeño
  - 10.8.2. Retorno de la Inversión en la mercadotecnia digital
  - 10.8.3. Visualización e interpretación del cuadro de mando
- 11.3. Posicionamiento internacional
  - 11.3.1. Gestión de Marca en mercados internacionales
  - 11.3.2. Estrategias de posicionamiento en los mercados internacionales
  - 11.3.3. Marcas globales, regionales y locales
- 11.4. Estrategias de producto en mercados internacionales
  - 11.4.1. Modificación, adaptación y diversificación de productos
  - 11.4.2. Productos estandarizados globales
  - 11.4.3. El portafolio de producto
- 11.5. Precios y exportación
  - 11.5.1. Cálculo de los precios de exportación
  - 11.5.2. Términos comerciales internacionales
  - 11.5.3. Estrategia internacional de precio
- 11.6. Calidad en mercadotecnia internacional
  - 11.6.1. Calidad y el comercio internacional
  - 11.6.2. Las normas y certificaciones
  - 11.6.3. El mercado de conformidad europea (CE)
- 11.7. Promoción a nivel internacional
  - 11.7.1. La mezcla de promoción internacional
  - 11.7.2. Publicidad
  - 11.7.3. Ferias internacionales
  - 11.7.4. Marca país
- 11.8. Distribución a través de canales internacionales
  - 11.8.1. Canales y mercadotecnia comercial
  - 11.8.2. Consorcios de exportación
  - 11.8.3. Tipos de exportación y comercio exterior

## Asignatura 11. Mercadotecnia internacional

- 11.1. La investigación de mercados internacionales
  - 11.1.1. Mercadotecnia de mercados emergentes
  - 11.1.2. Análisis de las 4P: producto, precio, punto de venta y promoción
  - 11.1.3. ¿Qué, cómo y dónde exportar?
  - 11.1.4. Estrategias de mezcla de mercadotecnia internacional
- 11.2. Segmentación internacional
  - 11.2.1. Criterios para la de segmentación de mercados a nivel internacional
  - 11.2.2. Nichos de mercado
  - 11.2.3. Estrategias de segmentación internacional

# 04

## Convalidación de asignaturas

Si el candidato a estudiante ha cursado otra Maestría Oficial Universitaria de la misma rama de conocimiento o un programa equivalente al presente, incluso si solo lo cursó parcialmente y no lo finalizó, TECH le facilitará la realización de un Estudio de Convalidaciones que le permitirá no tener que examinarse de aquellas asignaturas que hubiera superado con éxito anteriormente.



“

*Si tienes estudios susceptibles de convalidación, TECH te ayudará en el trámite para que sea rápido y sencillo”*

Cuando el candidato a estudiante desee conocer si se le valorará positivamente el estudio de convalidaciones de su caso, deberá solicitar una **Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas** que le permita decidir si le es de interés matricularse en el programa de Maestría Oficial Universitaria.

La Comisión Académica de TECH valorará cada solicitud y emitirá una resolución inmediata para facilitar la decisión de la matriculación. Tras la matrícula, el estudio de convalidaciones facilitará que el estudiante consolide sus asignaturas ya cursadas en otros programas de Maestría Oficial Universitaria en su expediente académico sin tener que evaluarse de nuevo de ninguna de ellas, obteniendo en menor tiempo, su nuevo título de Maestría Oficial Universitaria.

TECH le facilita a continuación toda la información relativa a este procedimiento:



*Matricúlate en la Maestría Oficial Universitaria y obtén el estudio de convalidaciones de forma gratuita”*



## ¿Qué es la convalidación de estudios?

La convalidación de estudios es el trámite por el cual la Comisión Académica de TECH equipara estudios realizados de forma previa, a las asignaturas del programa de Maestría Oficial Universitaria tras la realización de un análisis académico de comparación. Serán susceptibles de convalidación aquellos contenidos cursados en un plan o programa de estudio de Maestría Oficial Universitaria o nivel superior, y que sean equiparables con asignaturas de los planes y programas de estudio de esta Maestría Oficial Universitaria de TECH. Las asignaturas indicadas en el documento de Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas quedarán consolidadas en el expediente del estudiante con la leyenda “EQ” en el lugar de la calificación, por lo que no tendrá que cursarlas de nuevo.



## ¿Qué es la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas?

La Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas es el documento emitido por la Comisión Académica tras el análisis de equiparación de los estudios presentados; en este, se dictamina el reconocimiento de los estudios anteriores realizados, indicando qué plan de estudios le corresponde, así como las asignaturas y calificaciones obtenidas, como resultado del análisis del expediente del alumno. La Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas será vinculante en el momento en que el candidato se matricule en el programa, causando efecto en su expediente académico las convalidaciones que en ella se resuelvan. El dictamen de la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas será inapelable.



## ¿Cómo se solicita la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas?

El candidato deberá enviar una solicitud a la dirección de correo electrónico [convalidaciones@techtitute.com](mailto:convalidaciones@techtitute.com) adjuntando toda la documentación necesaria para la realización del estudio de convalidaciones y emisión de la opinión técnica. Asimismo, tendrá que abonar el importe correspondiente a la solicitud indicado en el apartado de Preguntas Frecuentes del portal web de TECH. En caso de que el alumno se matricule en la Maestría Oficial Universitaria, este pago se le descontará del importe de la matrícula y por tanto el estudio de opinión técnica para la convalidación de estudios será gratuito para el alumno.



## ¿Qué documentación necesitará incluir en la solicitud?

La documentación que tendrá que recopilar y presentar será la siguiente:

- Documento de identificación oficial
- Certificado de estudios, o documento equivalente que ampare los estudios realizados. Este deberá incluir, entre otros puntos, los periodos en que se cursaron los estudios, las asignaturas, las calificaciones de las mismas y, en su caso, los créditos. En caso de que los documentos que posea el interesado y que, por la naturaleza del país, los estudios realizados carezcan de listado de asignaturas, calificaciones y créditos, deberán acompañarse de cualquier documento oficial sobre los conocimientos adquiridos, emitido por la institución donde se realizaron, que permita la comparabilidad de estudios correspondiente



## ¿En qué plazo se resolverá la solicitud?

La Opinión Técnica se llevará a cabo en un plazo máximo de 48h desde que el interesado abone el importe del estudio y envíe la solicitud con toda la documentación requerida. En este tiempo la Comisión Académica analizará y resolverá la solicitud de estudio emitiendo una Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas que será informada al interesado mediante correo electrónico. Este proceso será rápido para que el estudiante pueda conocer las posibilidades de convalidación que permita el marco normativo para poder tomar una decisión sobre la matriculación en el programa.



## ¿Será necesario realizar alguna otra acción para que la Opinión Técnica se haga efectiva?

Una vez realizada la matrícula, deberá cargar en el campus virtual el informe de opinión técnica y el departamento de Servicios Escolares consolidarán las convalidaciones en su expediente académico. En cuanto las asignaturas le queden convalidadas en el expediente, el estudiante quedará eximido de realizar la evaluación de estas, pudiendo consultar los contenidos con libertad sin necesidad de hacer los exámenes.

## Procedimiento paso a paso





*Convalida tus estudios realizados y no tendrás que evaluarte de las asignaturas superadas.*

# 05

## Objetivos docentes

La Maestría Oficial Universitaria en Dirección Comercial y Ventas tiene el objetivo principal de proporcionar a los profesionales del área comercial una especialización que les permita optimizar las estrategias de ventas y mejorar los resultados comerciales de las organizaciones. Esto se logrará mediante un contenido académico altamente especializado y orientado a la práctica, que desarrollará competencias clave en liderazgo de equipos, negociación, análisis de mercado y Ventas digitales. Todo esto contenido en un programa que garantiza una formación integral, preparando a los egresados para desempeñarse con éxito en el entorno comercial actual.

*Living  
SUCCESS*



“

*Desarrollarás competencias avanzadas en la gestión de presupuestos de Ventas, fijación de precios y control de márgenes, optimizando el rendimiento financiero de todas las actividades comerciales”*



## Objetivos generales

---

- Comprender la importancia de una Dirección Comercial eficaz
- Ejercer el liderazgo para optimizar los procesos de venta
- Preparar al equipo comercial para llevar a cabo ventas de forma eficiente
- Adaptarse al nuevo contexto mundial, donde el ámbito digital tiene una gran importancia

“

*Estarás preparado para interpretar datos de ventas y análisis de KPIs, lo que te permitirá decisiones informadas para optimizar las estrategias comerciales”*





## Objetivos específicos

---

### Asignatura 1. Administración y liderazgo

- ♦ Conocer estrategias de liderazgo, así como la importancia de la planificación y gestión del talento y del cambio
- ♦ Potenciar el desarrollo directivo a nivel personal y en equipo y así crecer en el área de competencia dentro de una empresa u organización

### Asignatura 2. Logística y gestión económica

- ♦ Gestionar compras y almacenes
- ♦ Identificar los procesos de logística inherentes a estos, con el fin de realizar análisis integrales

### Asignatura 3. Dirección comercial

- ♦ Analizará la importancia del área comercial en la organización, así como del contexto interno y externo
- ♦ Tomar decisiones oportunas y dirigir el área de manera efectiva

### Asignatura 4. Investigación de mercados

- ♦ Analizar la importancia de la investigación de mercados para una empresa/compañía
- ♦ Manejar técnicas cuantitativas y cualitativas para este fin, siendo capaz de determinar tipos y segmentaciones de mercado

#### **Asignatura 5. Planificación de la campaña de ventas**

- ♦ Conocer el procedimiento para segmentar y analizar la cartera de clientes
- ♦ Seleccionar los clientes objetivo
- ♦ Gestionar cuentas clave
- ♦ Prever ventas y fijar objetivos realistas
- ♦ Gestionar la campaña de ventas
- ♦ Elaborar planes de contingencia en caso necesario

#### **Asignatura 6. Organización comercial y del equipo de ventas**

- ♦ Elaborar estrategias de venta y de mercadotecnia
- ♦ Controlar y organizar la actividad comercial y realizar auditorías respecto a estas áreas

#### **Asignatura 7. Selección, formación y entrenamiento de la red de ventas**

- ♦ Capacitar al personal y mantenerlo motivado para realizar su labor
- ♦ Brindar al personal elementos de negociación, desarrollo y cierre de ventas buscando la optimización de las visitas comerciales

#### **Asignatura 8. Proceso de la actividad comercial**

- ♦ Analizar el proceso de venta, desde la preparación de la visita comercial, hasta su realización
- ♦ Aplicar estrategias de negociación, técnicas para cierre de ventas y fidelización de clientes





#### **Asignatura 9. Administración de la relación con el cliente**

- ♦ Analizar algunos aspectos centrales para las ventas tales como el comportamiento del consumidor
- ♦ Determinar o adecuar las estrategias de mercadotecnia susceptibles a implementarse

#### **Asignatura 10. Integración de los canales digitales de la estrategia comercial**

- ♦ Conocer y seleccionar las estrategias de administración del comercio digital, fijando precios e implementando técnicas de comercio electrónico
- ♦ Utilizar herramientas para búsqueda de clientes, armar y dirigir planes de social media y comunidades virtuales

#### **Asignatura 11. Mercadotecnia internacional**

- ♦ Analizar las estrategias de mercado desde una perspectiva global
- ♦ Conociendo los mercados emergentes, la forma en que se segmenta el mercado internacional, y las estrategias de competitividad (calidad y precio) asociadas con este tipo de mercado

# 06

## Salidas profesionales

A través de esta Maestría Oficial Universitaria en Dirección Comercial y Ventas, los egresados ampliarán sus competencias profesionales, alcanzando los conocimientos más avanzados para implementar prácticas innovadoras y efectivas en la gestión comercial y de ventas. De esta forma, al completar este itinerario académico, el egresado será capaz de diseñar y ejecutar estrategias comerciales altamente efectivas, liderar equipos de ventas con éxito, y tomar decisiones basadas en análisis de datos, todo ello en un entorno dinámico y competitivo.

*Upgrading...*



“

*Dominarás las técnicas de negociación más sofisticadas, lo que te permitirá gestionar el ciclo de Ventas de forma eficiente”*

### Perfil del egresado

En cuanto al perfil profesional que adquirirán los egresados de esta titulación universitaria, estarán equipados con competencias integrales en el ámbito comercial, lo que les permitirá desempeñarse de manera efectiva en diversos sectores empresariales. Este programa ha sido diseñado para capacitar a profesionales en la gestión comercial, ventas y liderazgo de equipos, tanto en empresas grandes como en pequeñas, en sectores nacionales e internacionales. Además de ofrecer las habilidades necesarias para acceder a puestos de responsabilidad en estas áreas, el plan de estudios pone un fuerte énfasis en el uso de tecnologías emergentes y técnicas avanzadas de negociación.

*Serás capaz de dirigir equipos de Ventas de manera efectiva, fomentando un ambiente de trabajo colaborativo para alcanzar los objetivos comerciales.*

- ♦ **Capacidad de Comunicación Eficaz:** Los egresados desarrollan habilidades para comunicar de manera clara y persuasiva, adaptando su lenguaje y estilo comunicativo a diferentes audiencias, desde clientes hasta equipos de Ventas, asegurando que los mensajes sean entendidos y generen un impacto positivo en los resultados comerciales
- ♦ **Gestión de equipos y del tiempo:** Una competencia esencial es la habilidad para gestionar equipos comerciales de manera eficaz, organizando tareas, estableciendo prioridades y asegurando que los objetivos de ventas se cumplan dentro de los plazos establecidos, a la vez que se fomenta un ambiente de trabajo motivador y productivo
- ♦ **Pensamiento Estratégico y Resolución de Problemas:** Los profesionales con capaces de aplicar el pensamiento estratégico para analizar las dinámicas del mercado, identificar problemas en los procesos de ventas y generar soluciones creativas que optimicen el rendimiento comercial y la experiencia del cliente
- ♦ **Competencia Digital y Tecnología en Ventas:** En el contexto actual, es fundamental que los profesionales manejen herramientas digitales avanzadas, desde plataformas de CRM hasta el uso de análisis de datos y automatización, para mejorar la eficiencia y efectividad de las estrategias comerciales y de Ventas



Después de realizar esta Maestría Oficial Universitaria, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

**1. Director Comercial:** Este profesional se encarga de diseñar, implementar y supervisar las estrategias comerciales de una empresa, optimizando los recursos y esfuerzos de ventas para alcanzar los objetivos de crecimiento y rentabilidad.

**Responsabilidades:** Definir las metas comerciales, coordinar los equipos de ventas, establecer relaciones con clientes clave, gestionar el presupuesto y las estrategias de marketing, y asegurar la alineación de las actividades comerciales con la visión estratégica de la empresa.

**2. Gerente de Ventas:** Lidera equipos de ventas, garantizando que los objetivos individuales y colectivos sean alcanzados mediante la implementación de tácticas y la gestión efectiva del talento comercial.

**Responsabilidades:** Supervisar el rendimiento de los vendedores, diseñar planes de incentivos, realizar entrenamientos y capacitaciones, analizar resultados y ajustar estrategias para mejorar el rendimiento de las ventas.

**3. Consultor Comercial:** Especialista en asesorar a empresas en el desarrollo e implementación de estrategias comerciales personalizadas, con el fin de optimizar sus operaciones de ventas y maximizar el retorno sobre la inversión.

**Responsabilidades:** Analizar los procesos comerciales de los clientes, proponer mejoras en la estrategia de ventas, gestionar la relación con proveedores y clientes y ofrecer soluciones específicas para cada tipo de mercado.

**4. Especialista en Marketing y Ventas Digitales:** Este profesional se dedica a la creación y ejecución de estrategias de ventas digitales, maximizando el uso de plataformas en línea para generar oportunidades comerciales.

**Responsabilidades:** Gestionar campañas de marketing digital, optimizar la presencia online de la empresa, utilizar herramientas de análisis para evaluar el impacto de las estrategias y dirigir iniciativas de ventas a través de canales digitales.

**5. Estratega de Ventas Internacionales:** Este profesional es responsable de diseñar e implementar estrategias de ventas en mercados internacionales, adaptando las tácticas comerciales a las particularidades de cada región.

**Responsabilidades:** Investigar mercados internacionales, identificar oportunidades de expansión, negociar con distribuidores y clientes extranjeros, y gestionar las complejidades logísticas y culturales de las ventas internacionales.



*Llevarás a cabo análisis de datos de Ventas para ajustar las estrategias comerciales, mejorar la rentabilidad y maximizar el retorno sobre la inversión”*

#### Salidas académicas y de investigación

Además de todos los puestos laborales para los que serás apto mediante el estudio de esta Maestría Oficial Universitaria de TECH, también podrás continuar con una sólida trayectoria académica e investigativa. Tras completar este programa universitario, estarás listo para continuar con tus estudios desarrollando un Doctorado asociado a este ámbito del conocimiento y así, progresivamente, alcanzar otros méritos científicos.

# 07

## Idiomas gratuitos

Convencidos de que la formación en idiomas es fundamental en cualquier profesional para lograr una comunicación potente y eficaz, TECH ofrece un itinerario complementario al plan de estudios curricular, en el que el alumno, además de adquirir las competencias de la Maestría Oficial Universitaria, podrá aprender idiomas de un modo sencillo y práctico.

*Acredita tu  
competencia  
lingüística*



“

*TECH te incluye el estudio de idiomas en la Maestría Oficial Universitaria de forma ilimitada y gratuita”*

En el mundo competitivo actual, hablar otros idiomas forma parte clave de nuestra cultura moderna. Hoy en día, resulta imprescindible disponer de la capacidad de hablar y comprender otros idiomas, además de lograr un título oficial que acredite y reconozca las competencias lingüísticas adquiridas. De hecho, ya son muchos los colegios, las universidades y las empresas que solo aceptan a candidatos que certifican su nivel mediante un título oficial en base al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER).

El Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas es el máximo sistema oficial de reconocimiento y acreditación del nivel del alumno. Aunque existen otros sistemas de validación, estos proceden de instituciones privadas y, por tanto, no tienen validez oficial. El MCER establece un criterio único para determinar los distintos niveles de dificultad de los cursos y otorga los títulos reconocidos sobre el nivel de idioma que se posee.

En TECH se ofrecen los únicos cursos intensivos de preparación para la obtención de certificaciones oficiales de nivel de idiomas, basados 100% en el MCER. Los 48 Cursos de Preparación de Nivel Idiomático que tiene la Escuela de Idiomas de TECH están desarrollados en base a las últimas tendencias metodológicas de aprendizaje en línea, el enfoque orientado a la acción y el enfoque de adquisición de competencia lingüística, con la finalidad de preparar los exámenes oficiales de certificación de nivel.

El estudiante aprenderá, mediante actividades en contextos reales, la resolución de situaciones cotidianas de comunicación en entornos simulados de aprendizaje y se enfrentará a simulacros de examen para la preparación de la prueba de certificación de nivel.

“

*Solo el coste de los Cursos de Preparación de idiomas y los exámenes de certificación, que puedes llegar a hacer gratis, valen más de 3 veces el precio de la Maestría Oficial Universitaria”*





TECH incorpora, como contenido extracurricular al plan de estudios oficial, la posibilidad de que el alumno estudie idiomas, seleccionando aquellos que más le interesen de entre la gran oferta disponible:

- Podrá elegir los Cursos de Preparación de Nivel de los idiomas y nivel que desee, de entre los disponibles en la Escuela de Idiomas de TECH, mientras estudie la Maestría Oficial Universitaria, para poder prepararse el examen de certificación de nivel
- En cada programa de idiomas tendrá acceso a todos los niveles MCER, desde el nivel A1 hasta el nivel C2
- Cada año podrá presentarse a un examen telepresencial de certificación de nivel, con un profesor nativo experto. Al terminar el examen, TECH le expedirá un certificado de nivel de idioma
- Estudiar idiomas NO aumentará el coste del programa. El estudio ilimitado y la certificación anual de cualquier idioma están incluidas en la Maestría Oficial Universitaria

“ 48 Cursos de Preparación de Nivel para la certificación oficial de 8 idiomas en los niveles MCER A1, A2, B1, B2, C1 y C2”



# 08

## Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.

*Excelencia.  
Flexibilidad.  
Vanguardia.*



“

*TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”*

## El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo  
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



## Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

*El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”*

## Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



## Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

*El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.*



## Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



*La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”*

### La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

## La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos en la plataforma de reseñas Trustpilot, obteniendo un 4,9 de 5.

*Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.*

*Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.*



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



#### Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



#### Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



#### Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



#### Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





#### Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



#### Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



#### Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



#### Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



# 10

## Titulación

La Maestría Oficial Universitaria en Dirección Comercial y Ventas es un programa ofrecido por TECH Universidad que cuenta con Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE), otorgado por la Secretaría de Educación Pública (SEP) y, por tanto, tiene validez oficial en México.



“

*Obtén un título oficial de la Maestría en  
Dirección Comercial y Ventas y da un  
paso adelante en tu carrera profesional”*

El plan de estudios de esta Maestría Oficial Universitaria en Dirección Comercial y Ventas se encuentra incorporado a la Secretaría de Educación Pública y al Sistema Educativo Nacional mexicano, mediante número de RVOE 20211794, de fecha 11/03/2020, en modalidad no escolarizada. Otorgado por la Dirección de Instituciones Particulares de Educación Superior (DIPES).

Al documento oficial de RVOE expedido por el SEP se puede acceder desde el siguiente enlace:



[Ver documento RVOE](#)



*Supera con éxito este programa y recibe tu titulación oficial para ejercer con total garantía en un campo profesional exigente como Dirección Comercial y Ventas”*

Este título permitirá al alumno desempeñar las funciones profesionales al más alto nivel y su reconocimiento académico asegura que la formación cumple con los estándares de calidad y exigencia académica establecidos en México y a nivel internacional, garantizando la validez, pertinencia y competitividad de los conocimientos adquiridos para ponerlos en práctica en el entorno laboral.

Además, de obtener el título de Maestría Oficial Universitaria con el que podrá optar a puestos bien remunerados y de responsabilidad como profesional, este programa **permitirá al alumno el acceso a los estudios de nivel de Doctorado** con el que progresar en la carrera académica. .

Título: **Maestría en Dirección Comercial y Ventas**

No. de RVOE: **20211794**

Fecha de vigencia RVOE: **11/03/2020**

Modalidad: **100% online**

Duración: **20 meses**



# 11

## Homologación del título

Para que el título universitario obtenido, tras finalizar la **Maestría Oficial Universitaria en Dirección Comercial y Ventas**, tenga validez oficial en cualquier país, se deberá realizar un trámite específico de reconocimiento del título en la Administración correspondiente. TECH facilitará al egresado toda la documentación necesaria para tramitar su expediente con éxito.





“

*Tras finalizar este programa recibirás un título académico oficial con validez internacional”*

Cualquier estudiante interesado en tramitar el reconocimiento oficial del título de **Maestría Oficial Universitaria en Dirección Comercial y Ventas** en un país diferente a México, necesitará la documentación académica y el título emitido con la Apostilla de la Haya, que podrá solicitar al departamento de Servicios Escolares a través de correo electrónico: [homologacion@techtitute.com](mailto:homologacion@techtitute.com)

La Apostilla de la Haya otorgará validez internacional a la documentación y permitirá su uso ante los diferentes organismos oficiales en cualquier país.

Una vez el egresado reciba su documentación deberá realizar el trámite correspondiente, siguiendo las indicaciones del ente regulador de la Educación Superior en su país. Para ello, TECH facilitará en el portal web una guía que le ayudará en la preparación de la documentación y el trámite de reconocimiento en cada país.

*Con TECH podrás hacer válido tu título oficial de Maestría en cualquier país.*





El trámite de homologación permitirá que los estudios realizados en TECH tengan validez oficial en el país de elección, considerando el título del mismo modo que si el estudiante hubiera estudiado allí. Esto le confiere un valor internacional del que podrá beneficiarse el egresado una vez haya superado el programa y realice adecuadamente el trámite.

El equipo de TECH le acompañará durante todo el proceso, facilitándole toda la documentación necesaria y asesorándole en cada paso hasta que logre una resolución positiva.

El procedimiento y la homologación efectiva en cada caso dependerá del marco normativo del país donde se requiera validar el título.



*El equipo de TECH te acompañará paso a paso en la realización del trámite para lograr la validez oficial internacional de tu título”*

# 12

## Requisitos de acceso

La **Maestría Oficial Universitaria en Dirección Comercial y Ventas** de TECH Universidad cuenta con el Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE) ante la Secretaría de Educación Pública (SEP). En consonancia con esa acreditación, los requisitos de acceso del programa académico se establecen en conformidad con lo exigido por el contexto normativo vigente.



“

*Revisa los requisitos de acceso de esta Maestría Oficial Universitaria y prepárate para iniciar este itinerario académico con el que actualizarás todas tus competencias profesionales”*

La norma establece que para inscribirse en la **Maestría Oficial Universitaria en Dirección Comercial y Ventas** con Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE), es imprescindible cumplir con un perfil académico de ingreso específico.

Los candidatos interesados en cursar esta maestría oficial deben **haber finalizado los estudios de Licenciatura o nivel equivalente**. Haber obtenido el título será suficiente, sin importar a qué área de conocimiento pertenezca.

Aquellos que no cumplan con este requisito o no puedan presentar la documentación requerida en tiempo y forma, no podrán obtener el grado de Maestría.

Para ampliar la información de los requisitos de acceso al programa y resolver cualquier duda que surja al candidato, podrá ponerse en contacto con el equipo de TECH Universidad en la dirección de correo electrónico: [requisitosdeacceso@techtitute.com](mailto:requisitosdeacceso@techtitute.com).

*Cumple con los requisitos de acceso  
y consigue ahora tu plaza en esta  
Maestría Oficial Universitaria.*





“

*Si cumples con el perfil académico de ingreso de este programa con RVOE, contacta ahora con el equipo de TECH y da un paso definitivo para impulsar tu carrera”*

# 13

## Proceso de admisión

El proceso de admisión de TECH es el más sencillo de todas las universidades online. Se podrá comenzar el programa sin trámites ni esperas: el alumno empezará a preparar la documentación y podrá entregarla más adelante, sin apuros ni complicaciones. Lo más importante para TECH es que los procesos administrativos sean sencillos y no ocasionen retrasos, ni incomodidades.





*TECH Universidad ofrece el procedimiento de admisión a los estudios de Máster Oficial Universitario más sencillo y rápido de todas las universidades virtuales”*

Para TECH lo más importante en el inicio de la relación académica con el alumno es que esté centrado en el proceso de enseñanza, sin demoras ni preocupaciones relacionadas con el trámite administrativo. Por ello, se ha creado un procedimiento más cómodo en el que podrá enfocarse desde el primer momento a su formación, contando con un plazo de tiempo para la entrega de la documentación pertinente.

Los pasos para la admisión son simples:

1. Facilitar los datos personales al asesor académico para realizar la inscripción.
2. Recibir un email en el correo electrónico en el que se accederá a la página segura de TECH y aceptar las políticas de privacidad y las condiciones de contratación e introducir los datos de tarjeta bancaria.
3. Recibir un nuevo email de confirmación y las credenciales de acceso al campus virtual.
4. Comenzar el programa en la fecha de inicio oficial.

De esta manera, el estudiante podrá incorporarse al curso académico sin esperas. Posteriormente, se le informará del momento en el que se podrán ir enviando los documentos, a través del campus virtual, de manera muy práctica, cómoda y rápida. Sólo se deberán subir en el sistema para considerarse enviados, sin traslados ni pérdidas de tiempo.

Todos los documentos facilitados deberán ser rigurosamente válidos y estar en vigor en el momento de subirlos.

Los documentos necesarios que deberán tenerse preparados con calidad suficiente para cargarlos en el campus virtual son:

- Copia digitalizada del documento que ampare la identidad legal del alumno (documento de identificación oficial, pasaporte, acta de nacimiento, carta de naturalización, acta de reconocimiento o acta de adopción)
- Copia digitalizada de Certificado de Estudios Totales de Bachillerato legalizado

Para resolver cualquier duda que surja, el estudiante podrá realizar sus consultas a través del correo: [procesodeadmission@techtute.com](mailto:procesodeadmission@techtute.com)

*Este procedimiento de acceso te ayudará a iniciar tu Maestría Oficial Universitaria cuanto antes, sin trámites ni demoras.*



Nº de RVOE: 20211794

**Maestría Oficial  
Universitaria  
Dirección Comercial  
y Ventas**

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% online**

Duración: **20 meses**

Fecha de vigencia RVOE: **11/03/2020**

# Maestría Oficial Universitaria Dirección Comercial y Ventas

Nº de RVOE: 20211794

**RVOE**

EDUCACIÓN SUPERIOR



**tech**  
universidad