



Programa Máster en
**ESTRATEGIA COMERCIAL
Y VENTAS**

ÍNDICE

LA INSTITUCIÓN: LA SALLE	3
La Salle Campus Madrid	3
La Salle Internacional Graduate School - Escuela de Negocios	4
BIENVENIDA AL MÁSTER EN ESTRATEGIA COMERCIAL Y VENTAS	6
OBJETIVOS.....	8
¿A QUIÉN SE DIRIJE?	9
PROGRAMA ACADÉMICO.....	10
TITULACIÓN ACADÉMICA.....	13
MODELO METODOLÓGICO	14
CLAUSTRO DE PROFESORES	15
INFORMACIÓN Y PROCESO DE ADMISIÓN	19



LA INSTITUCIÓN: LA SALLE

En sus más de tres siglos de existencia, La Salle ha tenido como único objetivo la educación actualizada y permanente en todos los ámbitos. Este compromiso se ha mantenido a lo largo del tiempo de forma ininterrumpida en los cinco continentes.

La Salle tiene actualmente en torno a 800.000 alumnos distribuidos en 1.000 centros en los que trabajan más de 60.000 profesionales, repartidos por toda la geografía mundial.

Las universidades La Salle se coordinan a través de un organismo que recibe el nombre de Asociación Internacional de Universidades La Salle (AIUL).

En España, desde hace más de 120 años, La Salle ha desarrollado estudios adaptados a las necesidades y exigencias de cada momento histórico y ha sabido imprimir su sello personal de formación de calidad, en el que la dimensión total de la persona ha primado sobre la pura adquisición de conocimientos.

Actualmente existen dos campus universitarios La Salle en España, el campus de Madrid y el campus de Barcelona.

La Salle Campus Madrid

La Salle Campus Madrid es la evolución del actual Centro Universitario La Salle en Madrid para convertirse en un entorno donde la *formación* y la *innovación* promueven el conocimiento y su puesta en valor.

Es el punto de unión de la tradición metodológica de La Salle, el compromiso permanente en el desarrollo de la persona y la apuesta por la innovación como vehículo de mejora. Todo esto enriquecido y potenciado por la internacionalidad y diversidad cultural que hacen de la Salle un espacio abierto y plural.

La Salle Campus Madrid son tres unidades:

- El **Centro Universitario**, con una oferta experimentada de titulaciones de grado, adscritas a la Universidad Autónoma de Madrid, en el área de Ciencias de la *Educación*. En un futuro inmediato se ampliará la oferta de grados en las áreas de la C.C. de la *Salud* y de *Gestión y Tecnología*.
- La **International Graduate School**, constituye la oferta de programas de Posgrado y Doctorado en las áreas mencionadas.

De forma específica, la Escuela de Negocios propone Programas Máster y de desarrollo profesional diferenciados, con un área dedicada al diseño y ejecución de programas corporativos y Universidad Corporativa.

- El **Parque de Innovación de Servicios para las Personas**. Una iniciativa singular que promueve y favorece la integración entre la Universidad, la Administración Pública y la Empresa. Su objeto es generar ideas que se transformen en productos y servicios innovadores en beneficio para las personas.

Favorecido por sus alianzas internacionales: Berkeley, Stanford, Newcastle, Philadelphia, La Haya, Lund,... y la red latinoamericana de Parques de Innovación, es un centro de conexión internacional donde ideas innovadoras, expertos, emprendedores e inversores, posibilitan el desarrollo y financiación de proyectos dirigidos a mejorar la calidad de vida de las personas en todos sus aspectos.

La Salle Internacional Graduate School - Escuela de Negocios

Es una Escuela de Negocios con vocación internacional que se centra en la persona para abordar su desarrollo profesional.

Educar profesionales es nuestra razón de ser. Proporcionamos conocimientos rigurosos y exigentes, fomentamos el espíritu crítico y la innovación como fuente de inspiración. Todo ello bajo un modelo pedagógico pensado y planificado para este fin.

En La Salle IGS entendemos la empresa como un grupo humano, que lleva adelante una tarea valiosa para la sociedad y para las personas desde el emprendimiento y el espíritu creador. Esta es nuestra filosofía y así lo reflejamos en nuestros Programas.

En la dirección del modelo moderno de universidad, más centrado en la especialización, La Salle International Graduate School aporta su dilatada experiencia en la creación de programas formativos de cualquier índole, desde los Programas Máster hasta la universidad corporativa.

La Salle International Graduate School, campus Madrid, se sustenta en cuatro pilares:

- la **internacionalización**: expuesto anteriormente en el apartado de La Salle en el mundo
- la **innovación**: a través del Parque de Innovación
- el **desarrollo personal**
- la **metodología** de sus programas.

La renovación metodológica es continua. Se investigan y experimentan nuevas formas de dar un aprendizaje más eficaz, duradero y sólido.

Este conocimiento se traduce en una preocupación intensa por el proceso formativo y en un enfoque diferente de la metodología, que es uno de los núcleos fundamentales de nuestros programas.

En La Salle pensamos que el aprendizaje tiene éxito cuando las actividades tienen sentido dentro de los objetivos que se plantean y, por tanto, la clave está en establecer una combinación adecuada de métodos en función de los objetivos de cada programa formativo. Este enfoque está apoyado por una línea de investigación en constante desarrollo que utiliza bancos de datos y referentes a nivel mundial.

La combinación de métodos está pensada para:

- Proporcionar una base sólida de conocimientos actualizados
- Generar ideas, procesos o productos que estén adaptados a las necesidades de la empresa y del mercado
- Favorecer el pensamiento crítico y la toma de decisiones

La formación de vanguardia no se puede concebir sin el necesario énfasis en la persona, de cuyo equilibrio, ajuste y motivación depende su propio desarrollo y el éxito de la empresa. Por tanto,

nuestros programas incorporan módulos desarrollados a través de métodos que facilitan el crecimiento personal y profesional de cada alumno.

La **oferta formativa** de la Escuela de Negocios consiste en:

- Programas Máster
- Programas de Desarrollo Profesional
- Programas en Formación Corporativa
- Universidad Corporativa



BIENVENIDA AL MÁSTER EN ESTRATEGIA COMERCIAL Y VENTAS



Juan Mateo
Director del Máster en Estrategia
Comercial y Ventas
La Salle Internacional Graduate School

Estimado amigo:

Tengo el placer de presentarte el Máster en Estrategia Comercial y Ventas que, con el aval de La Salle International Graduate School, representa, sin duda, una iniciativa única en el mundo de la Formación Comercial en España.

Es un Máster pensado y diseñado para los profesionales del mundo de las ventas que quieran crecer en la que es la carrera con mayor potencial de futuro en los próximos años.

Los mercados a los que nos enfrentamos, sea cual sea el mundo empresarial en el que vivamos, son, y serán, de máxima exigencia y esto va a requerir de directivos con un nivel de preparación excepcional. Nadie, en un ámbito como el de las ventas, puede despreciar la experiencia como un hito importante en el desarrollo profesional, sin embargo los nuevos retos poco tienen que ver con lo que hasta ahora hemos vivido por lo que necesitamos mucho más que la experiencia para triunfar; necesitamos nuevos conocimientos y adquirir nuevas herramientas que nos permitan alcanzar la máxima eficacia.

Nuestro objetivo es ofrecerte una plataforma formativa, *creada para ti* por grandes especialistas del mundo comercial, que te permita TRANSFORMAR cada estrategia comercial y cada proceso de venta en RESULTADOS únicos.

Pero, ¿por qué para ti?. Para ti, si eres alguien que busca un mejor desarrollo de su carrera profesional que le permita acceder con más rapidez a posiciones más elevadas en la Dirección Comercial.

Para ti si quieres dominar las mejores herramientas (diseñadas y desarrolladas en la realidad diaria del mundo empresarial) para definir, desde un Plan Estratégico Comercial hasta el modelo de ejecución que permita su cumplimiento.

Para ti si quieres dominar las más sofisticadas habilidades directivas y, con ellas, tener la capacidad de dirigir un departamento comercial del siglo XXI.

Para ti si eres una persona que busca las mejores oportunidades profesionales, sabiendo que su nivel de preparación influirá definitivamente en el éxito final.

Todo lo hemos pensado para personas como tú, incluso el formato te permitirá compaginar la actividad profesional y el estudio.

Por último, sólo me queda ponerme a tu entera disposición como Director de este Master y agradecerte tu atención e interés. Te propongo que nos acompañes en este gran proyecto pues estoy seguro de que esta inversión te generará beneficios que recogerás año tras año.

Un cordial saludo.

Juan Mateo

Director MECV



OBJETIVOS

1. Proporcionar conocimientos teóricos y prácticos actualizados de la función comercial dentro de los diferentes sectores empresariales.
2. Desarrollar las habilidades profesionales necesarias para el uso de aplicaciones y herramientas básicas utilizadas en la generación y gestión de un Plan Estratégico Comercial
3. Diagnosticar y analizar los “impulsores” y tendencias de éxito en un mercado y cómo trasladarlos al Plan Estratégico.
4. Conocer los modelos de organización comercial, así como las competencias profesionales y roles de los diferentes departamentos.
5. Dirigir un departamento comercial, así como a estructurar, reclutar, alinear y liderar una Red de Ventas
6. Conocer y practicar las técnicas de ventas excelentes en los mercados del siglo XXI



¿A QUIÉN SE DIRIJE?

Este programa está **pensado para:**

- Sales &Marketing Managers o Directores Comerciales recién nombrados y/o con necesidad de actualizar su formación
- Vendedores o personal de departamentos comerciales con ánimo de mejorar sus conocimientos y/o aspirar a mayores responsabilidades en las organizaciones.
- Nuevos aspirantes a formar parte de un departamento comercial



PROGRAMA ACADÉMICO

El programa se estructura en los siguientes Módulos:

MÓDULO 1: ESTRATEGIA COMERCIAL

Duración: 75 h

1. Generación Venketing
 - Comportamiento del consumidor
 - Fisiología del consumo
2. Organizaciones Comerciales en el siglo XXI
 - Marketing de cliente
 - Marketing HOY : Precisión, Percepción y Experiencia
 - Tendencias de consumo. Crosumers.
 - Nuevos entornos competitivos de mercado
3. Análisis e investigación de mercados
 - Técnicas de investigación comercial
 - Business Intelligence
4. Metodología para la elaboración de:
 - Plan Estratégico Comercial
 - Project Plan
5. Planificación Estratégica y Toma de decisiones
6. Selling Excellence
 - Modelos de relación con el cliente
 - Técnicas de Customer Target
 - Profiling, Segmentación, Clustering, Targeting y Fidelización

Este módulo se completa con:

- Análisis de un caso práctico de actualidad como trabajo individual del alumno
- Conferencia de un invitado
- Preparación y presentación formal de un Plan Estratégico, trabajando en pequeños grupos.

MÓDULO 2: VENTAS

Duración: 129 h

1. Introducción a la Venta
 - Vendedor Bueno, Vendedor malo
 - Habilidades y Competencias de un comercial
2. Aprender a vender de manera natural
 - El proceso de la venta vs el proceso de la compra
 - Fases del proceso de ventas
 - Actitudes del cliente
3. Fundamentos esenciales en todos los modelos de venta
 - Cómo preparar una entrevista de ventas
 - Cómo conseguir una cita a puerta fría
 - Cómo conseguir una cita con el cliente a través del teléfono
 - Cómo preguntar durante la entrevista de ventas
 - Cómo captar las necesidades específicas y latentes
 - Cómo presentar los argumentos de venta
 - Cómo conectar emocionalmente durante la venta
 - Cómo decir “ no “ al cliente
 - Cómo hacer un cierre de ventas
 - Cómo hacer una venta cruzada
 - Cómo hacer venta telefónica
 - Cómo realizar una buena acción post-venta
 - Cómo defender el precio
 - Cómo...
4. La venta consultiva
 - Vender asesorando. El vendedor como consultor
 - El vendedor como partner en el negocio del cliente
5. Negociación
 - Los 7 elementos de Harvard
 - Casos prácticos
 - Preparación de un proceso de negociación

6. La propuesta de Valor

- Elementos fundamentales en la persuasión
- Casos prácticos

Este módulo se completa con:

- Conferencia de un invitado
- Simulación de ventas
- Taller : cata de quesos
- Elaboración y presentación de un plan de ventas por los alumnos en grupos de tres

MÓDULO 3: HABILIDADES COMERCIALES

Duración: 72 h

1. Finanzas para comerciales
2. Habilidades directivas para la gestión de un Equipo Comercial.

Modelo Good to Great

3. Coaching Comercial

Ejecución para ganar

4. Liderazgo Eficaz Situacional

5. Innovación y Creatividad

Marketing Lateral

Este módulo se completa con:

- Dos conferencia de invitados
- Una jornada Outdoor
- Taller : Herramientas creativas

MÓDULO 4: ESTANCIA INTERNACIONAL

Estancia voluntaria, pero recomendable. Posiblemente en St. Mary's College of California.

TITULACIÓN ACADÉMICA

Todos los alumnos que acrediten su suficiencia en las materias impartidas en el máster, recibirán el título propio Máster en Estrategia Comercial y Ventas, concedido por La Salle International Graduate School.



MODELO METODOLÓGICO

La **metodología** es uno de los pilares estratégicos de La Salle International Graduate School. Este hecho, junto con la especial preocupación de La Salle por el proceso formativo ha llevado a la implantación de un proyecto sobre metodología docente específicamente adaptado a los requerimientos de una escuela de negocios.

Nuestro proyecto metodológico es sólido y riguroso. Está basado en una línea de investigación científica que utiliza bancos de datos y referentes a nivel mundial, en la que la búsqueda de evidencias sobre los procesos de enseñanza y el aprendizaje juega un papel fundamental.

El modelo pedagógico de la IGS La Salle implica una concepción particular de la enseñanza y el aprendizaje, en el que se considera que debe existir una **relación íntima entre objetivos educativos y métodos de enseñanza**.

Por tanto, se hace necesaria la utilización prioritaria de unos métodos en lugar de otros por parte del profesorado. A través de un proceso de investigación se ha determinado que la **combinación de métodos de nuestro modelo pedagógico**, de forma genérica, debe seguir el siguiente esquema:

- 30% del tiempo de clase, como máximo, de lección magistral.
- 50% del tiempo de clase dedicado a estudio de casos, método de proyectos, tutoría, trabajo de grupo, o combinaciones entre ellos.
- En el 20% del tiempo restante, de libre elección, según el programa que nos ocupe, normalmente en este se utilizan otro tipo de herramienta formativo como Role-Play, dinámico, juegos de empresa, cortos cinematográficos, etc. Utilizados siempre teniendo en cuenta los objetivos educativos perseguidos.

Esta combinación de métodos está pensada para proporcionar una base sólida de conocimientos actualizados, fomentar la capacidad de generar ideas, procesos o productos que estén adaptados a las necesidades de la empresa y del mercado, estimular el pensamiento crítico y la toma de decisiones, y favorecer el desarrollo personal y las habilidades sociales.

La metodología se fortalece, concretamente en este programa, con los siguientes métodos:

- Presentaciones interactivas alumno-profesor y alumno-alumno
- Foros debate
- Entrevistas con el profesor Mentorización y Coaching formativo
- Ponentes invitados
- Talleres experienciales
- Consultas on-line
- Simulación
- “ Escenas formativas “ de cine y teatro
- Juegos formativos y de entrenamiento indoor y outdoor

CLAUSTRO DE PROFESORES

DIRECCIÓN DEL PROGRAMA

Prof. D. Juan Mateo

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales (UCM-CEU) y Master en Gestión Financiera por la EEM. Además, es Diplomado por The Wharton School (Universidad de Philadelphia) “Advanced Banking Program for Overseas Bankers”

Ha ocupado puestos directivos en empresas consultoras de primer nivel desde 1978 (Arthur Andersen, Coopers & Lybrand y Ernst & Young) y tiene más de 24 años de experiencia en el terreno de la consultoría de formación y ventas a nivel mundial.

Fue Consejero Delegado y Fundador de makeateam, S.L.

En la actualidad, es además Director de The Golf University y ha sido Co-director de diversos cursos sobre Gestión Empresarial en Columbia University, Disney University y Co-director del Curso de Negociación junto a Roger Fisher en el Real Colegio Complutense de Harvard.

Es co-autor junto con Jorge Valdano del libro “Liderazgo” (El País Aguilar, 1999). Dirigió y es co-autor del volumen de cuentos cortos “Relatos del Deporte” (Editorial Conocimiento, 2001). En 2003 publicó con Juan Manuel Lillo “Liderar en tiempos difíciles” (McGraw-Hill) y es autor del libro “Cuentos que mi jefe nunca me contó” (Editorial LID enero 2006). Ha escrito numerosos artículos sobre “management” en publicaciones nacionales e internacionales.

COORDINACIÓN DEL PROGRAMA

Prof. D. Fernando Botella

Licenciado en Ciencias por la Universidad de Valencia y Master en Dirección de Empresas (MBA) por ICADE.

Ha ocupado diversos puestos directivos en las áreas de Marketing y Ventas en empresas farmacéuticas de primer nivel desde 1989; siendo su última responsabilidad la de Director Comercial y Marketing de ALTANA Pharma.

Ha participado en numerosos seminarios nacionales e internacionales sobre Marketing, Ventas y Habilidades Directivas.

Es conferenciante en diversos Congresos y Encuentros para ejecutivos, sobre temas de Marketing, Ventas e innovación.

Desde hace 7 años es profesor y coordinador del Módulo de Marketing y Ventas en los programas Executive MBA, Part-time MBA y Postgraduate MBA EOI Escuela de Negocios. Con esta misma escuela de negocios ha desarrollado programas “In company” sobre Marketing, Ventas e Innovación para diferentes compañías líderes en sus mercados, tales como Telefónica, Repsol, Vodafone, BBVA....

PROFESORES

Prof. D. Raúl Castro

Especializado en Dirección Comercial dentro del programa de Administración y Dirección de Empresas en ICADE, y PDD por el IESE Business School en Madrid.

Comenzó su andadura profesional en 1.988 en IBERIA LAE en donde estuvo tres años para después pasar a Bankinter en donde ha ocupado diversas posiciones de responsabilidad a lo largo de diecisiete años. Actualmente es el Director Comercial de la Red de Agentes Financieros de Bankinter. Tiene varios primeros premios a la Innovación y es miembro del jurado permanente de ideas de la entidad.

Forma parte del Comité de Estrategia del CSBM-IESE, profesor del MBAi en la Universidad La Salle de Madrid y profesor del Master en Innovación Tecnológica de INEDE en Valencia.

Autor del libro “Tiempo para Decidir” (Nabla Ediciones, Barcelona, 2008) en el que se trasladan los valores del Baloncesto al mundo de la gestión de equipos en la empresa. Fue jugador de Baloncesto en clubes como Real Madrid, Canoe o Cáceres y entrenador nacional de la Federación Española de Baloncesto.

Prof. D. Augusto González Ispizua

Es Ingeniero Aeronáutico por la Universidad Politécnica de Madrid y Máster en Dirección Comercial y Marketing “Strategic Business Planning” por el prof. J. R. Berthold, Univ. Standford.

Ha realizado diversos cursos de post-grado: “The Disney System” (Orlando); “Técnicas Caterpillar de Dirección Comercial” (Bruselas); “Dirección de Ventas”, (Madrid); “Service Training Programs” (Ginebra).

Fue Director Comercial de la compañía Diseño, y Presidente de Isper, S.A.

Dirigió las Unidades de Negocio de Carretillas Elevadoras Caterpillar y la de Comercial Postventa de Caterpillar. Desarrolló redes propias y ajenas de reparación y suministro de recambios para maquinas, carretillas y motores.

Diseñó acuerdos negociados con proveedores para el suministro y comercialización de piezas de consumo para maquinaria.

Fue Director General de la sociedad Euromovilem, S.A., dedicada a la venta y reparación de automóviles.

Ha impartido y diseñado cursos de: Negociación, Calidad de Servicio a Clientes, Dirección de Equipos Comerciales, en México, Venezuela, Puerto Rico, Colombia y España, durante varios años de colaboración con varias consultoras.

Prof. Dña. Marta Prieto Asirón

Licenciada en Derecho y Diplomada en Empresa por la Universidad Pontificia Comillas (ICADE, 1989) de Madrid. MBA por la University of San Francisco, California (EEUU, 1992) con énfasis en dirección de multinacionales, negocios internacionales y marketing.

Empezó su carrera profesional en 1989 en la firma de auditoría y consultoría, Arthur Andersen.

El resto de su carrera se ha desarrollado en Deutsche Bank, Madrid; en el banco londinense de inversiones Morgan Grenfell y en la división de corporate finance del grupo Arthur Andersen--Alpha Corporate--como gerente, con responsabilidad en procesos de fusión y adquisición de empresas y elaboración de planes estratégicos durante un período de 12 años.

Es socia fundadora de Área de Marketing, empresa de consultoría en marketing y de la editorial de ámbito universitario, Foco Editorial. También trabaja como *freelance* en proyectos de consultoría estratégica de diversos sectores.

Es docente especializada en marketing estratégico y conferenciante habitual en temas de marketing, estrategia e innovación desde hace 18 años en varios programas Masters Executive de la Universidad Complutense y en varias escuelas de negocios como EOI-Escuela de Negocios, donde, desde hace siete años es profesora y coordinadora de los programas de marketing de empresas e instituciones como Repsol, RENFE, SEPI, ONO, Femetal, el Ministerio de Economía y Hacienda, la Junta de Extremadura, Lilly, Atos Origin, etc. Desde EOI también organizó diversos foros en el área de marketing en el Club Financiero y para la emisora de radio Intereconomía. Ha participado como docente en programas de formación para el grupo multinacional de formación HSM. Asimismo, diseña y dirige programas superiores de marketing para numerosas empresas como Johnson&Johnson, Ipsos y Repsol.

Participa activamente en todos los foros de prestigio de Marketing. Ha publicado un libro de casos prácticos de marketing internacional. Domina el francés y el inglés y es una apasionada de los viajes y la buena literatura.

Prof. D. Pablo Guillermo Puszczalo Grippo

Licenciado en Sistemas por la Facultad de Tecnología de la Universidad de Belgrano (Buenos Aires, Argentina). Título homologado al de Licenciado en Informática por el Ministerio de Educación y Ciencia de España con fecha 18 de Julio de 1989.

Ha cursado varios programas de posgrado, Master en Marketing y Administración de Empresas por IDE CESEM (Madrid), "Consultative Selling – The Hanan Formula for High-Margin Sales at High-Levels" en XEROX Corporation (Rochester, NY, USA) y Master en Creación de Materiales Didácticos Multimedia por la ESAC. Actualmente estudia Psicología por la Universidad Oberta de Cataluña (UOC).

Dentro del ámbito universitario, es Coordinador Académico Técnico de las facultades de Economía, Ingeniería y Tecnología de la Universidad de Belgrano, Buenos Aires, Argentina y Profesor universitario.

Ha desarrollado su carrera profesional a lo largo de más de 17 años en empresas como IBM, Hewlett-Packard Argentina como Ingeniero de Ventas Senior, y en XEROX España en diferentes puestos desde Vendedor Senior, Jefe de Producto, Entrenador, hasta Director de Formación y Desarrollo.

Actualmente es el director general de SZCZ Pedagogía Empresarial, S.L.

Ha publicado:

- “Saber para Vender – Manual Práctico de Venta Consultiva”, Gestión 2000, Barcelona, 2003. (www.gestion2000.com)
- “Vendedor Malo, Vendedor Bueno”, Lid Editorial, Madrid, 2007. Segunda edición: Mayo de 2009. (www.lideditorial.com)

Prof. D. Jaime Queralt- Lortzing

Bachelor in Law Degree, Universidad de Strassford (Londres, Inglaterra), Master Business Administration MBA en Know How Business College de Madrid., Diplomado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid, 2 x Leadership Programs por IMD de Lausanne (Suiza).

Durante más de 12 años ha desarrollado su carrera profesional en Adecco ocupando diferentes puestos: desde director de delegación hasta Director Comercial y de Operaciones de Computer People / Ajilon.- En dependencia directa de la Dirección General negocios especializados del Grupo Adecco en España

Posteriormente ha sido director general de Aquent Marketing Staffing, empresa dedicada a la búsqueda perfiles de márketing y publicidad.

En el ámbito formativo, es profesor de La Salle IGS, especializado principalmente en Política de empresa, Estrategia y Management general.

Prof. Jose Luis Tirador

Licenciado en CC Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid. Ha desarrollado varios programas de posgrado y formación especializada: Master in Business Administration (MBA) por Instituto de Empresa , Master en Dirección de Operaciones (MDOP) por Instituto de Empresa, Programa de Desarrollo Directivo por Otto Walter, Programa Avanzado de e-marketing por Instituto de Empresa...

Ha desarrollado su carrera profesional en el sector del transporte urgente en dos compañías: United Parcel Service (UPS) y DHL Express. Ha trabajado en las áreas financiera, operaciones, marketing y comercial. Actualmente ocupa el cargo de Director de Ventas de DHL Express Iberia.

Desde el año 2000 colabora en distintos programas de postgrado de La Salle en diferentes materias: Investigación Comercial, Dirección Comercial, Logística, Operaciones y Compras. También he colaborado como ponente en las áreas comercial y de operaciones en seminarios y conferencias de diferentes instituciones y empresas como IIR, Cámara de Comercio de Madrid, Baquia, ESIC, Universidad de Valencia, Instituto de Logística Iberoamericano (ILI), Instituto de Empresa, Daemon Quest, Mundo Internet, ESPYME, y otros.

INFORMACIÓN Y PROCESO DE ADMISIÓN

Datos Generales del programa

Horas Lectivas:	276
Horas de trabajo individual/en equipo del alumno:	184
Horas Stage International (Voluntario)	40
Horas Totales:	500
Duración en meses:	
Número de sesiones de 12 hrs- Fines de semana	23
Número de sesiones de 2 hrs	4
Semanas de Stage Internacional	1

Lugar de realización

Sede de La Salle IGS, Escuela de Negocios. Avenida Valdemarín 81; 28023 Madrid

Fechas del Programa y Horario

- **Fecha de inicio:** 6 DE NOVIEMBRE
- **Horario:** Fines de semanas alternos. Viernes de 16.00 a 22.00 h y Sábados de 9.00 a 15.00 h.

Derechos de matrícula

- Matrícula: 12.000€
- Stage: 5.000 €

Información y matrículas

Para más información visita nuestra web: <http://www.lasalleigsmadrid.es> contáctanos a través de teléfono o e-mail:

☎ 917401796

malena@lasallescampus.es