

CURSO

Compra de Marketing y Publicidad

OBJETIVOS

- Conocer más en profundidad las necesidades de las áreas de Marketing desde la perspectiva del comprador
- Definir procesos eficaces de compras que se puedan alinear con el time to market de la comunicación empresarial
- Descubrir y potenciar las capacidades del comprador en este entorno
- Aprender a aplicar estrategias eficaces de negociación alineadas con las necesidades del responsable de Marketing
- Analizar tipos de proveedores, servicios, modelos de remuneración, riesgos, etc.
- Compartir buenas prácticas y analizar las poco positivas o inadecuadas

Próximamente nuevas ediciones

PONENTE

D. Francisco Javier López-Nuñez Hoyo

Profesional de Compras, ha desarrollado su carrera profesional en empresas multinacionales como Orange y BBVA, especialista global en negociaciones de compras con clara orientación a la satisfacción del área cliente y la consecución de los objetivos marcados.

PROGRAMA

1. Introducción al curso. Presentación y objetivos.

2. ¿Qué incluyen las “compras” de Marketing y Publicidad?

- Alcance: Servicios y suministros
- La categorización de las compras de Marketing
- Particularidades, similitudes y diferencias con otras compras
- La relación entre las áreas de Compras y Marketing
- La creación de una “cultura” de Compras en la empresa

3. Peculiaridades de las áreas de Marketing

- Características del comprador de Marketing. Capacidades y áreas de desarrollo.
- El valor añadido del comprador de Marketing. Liderazgo interno y externo. Sensibilidad y orientación al cliente.

4. Proveedores y actores principales del proceso de compras de Marketing

- Introducción a las áreas y servicios de Marketing
- El mercado de proveedores
- Proveedores directos e indirectos
- Las agencias. ¿Proveedores o colaboradores?

5. El proceso general de Compras de Marketing

- Modelos de gestión en las empresas
- Esquema general
- Fases del proceso: preparación, responsables, negociación y toma de decisiones
- Las compras de marketing en organismos públicos.
- Procedimientos abreviados

6. La evolución de las Compras de Marketing

- Homologación y Gestión de proveedores y control de riesgos (Supplier Relationship Management (SRM) y TVO)
- La innovación en las compras de Marketing: tratamiento de datos, automatización de tareas, uso de herramientas...
- Estrategias de selección y negociación.
- Nuevas metodologías de organización y gestión. Su adaptación al mundo de las compras de Marketing.

7. Modelos de remuneración en el mundo del Marketing

- ¿Cómo se mide la creatividad?
- Tipos de modelos retributivos: fijos y variables. Remuneración de servicios y suministros.
- La remuneración de los diferentes tipos de agencias (BTL, ATL, Medios, MR, Eventos...). Peculiaridades, ventajas e inconvenientes.
- Agencias digitales: Modelos por éxito.
- Bonus y malus: la medición de la calidad y su seguimiento
- Caso práctico: Exposición y coloquio: ¿se debe remunerar a las agencias por la participación en concursos?

8. El día a día del Departamento de Compras en el entorno del Marketing Digital

- El Marketing Digital ha revolucionado la forma de entender el Marketing
- Unidades de medida en medios off-line y on-line
- Compras como partner del área
- La duración de las relaciones con los proveedores: estabilidad vs competencia
- Dispersión de proveedores vs Concentración de proveedores
- Dependencia y confidencialidad. La lucha contra la mala praxis.
- Oportunidades para proveedores alternativos en nichos de actividad (branded content, compra programática, nuevas tendencias,)
- Cláusulas de transparencia e informes de empresas externas

HORARIO DE LAS CLASES

Por definir

LUGAR DE CELEBRACIÓN

Por definir

BONIFICABLE PARCIALMENTE A TRAVÉS DEL SISTEMA DE FINANCIACIÓN DE LA FORMACIÓN CONTINUA

AERCE no realiza los trámites para gestionar la bonificación

RESERVAS

Tlf.: 93 453 2580

Email: formacion@aerce.org

O a través de www.aerce.org

CONDICIONES DE INSCRIPCIÓN

- No Asociados: 950€ + IVA
- Descuentos para asociados de AERCE:
 - Asociados personales en situación de desempleo: Beca del 35%.
 - Asociados personales en activo y empresas PYME que facturan menos de 15M€: Beca del 25% para asociados del plan vigente de cuotas (15% para asociados del plan anterior).
 - Asociados empresas PYME que facturan entre 15M€ y 50M€: Beca del 15% para asociados del plan vigente de cuotas (10% para asociados del plan anterior).
 - Asociados empresas que facturan más de 50M€: Beca del 10% para asociados del plan vigente de cuotas (5% para asociados del plan anterior).

(Nota: El plan vigente de cuotas de asociados de AERCE se aplica desde fecha 1-1-2017)

- Descuento por inscripción anticipada: descuento del 5% en aquellas inscripciones recibidas y abonadas con una antelación mínima de un mes respecto al inicio del curso.
- Este curso tiene plazas limitadas.
- El precio incluye la documentación.