

Máster en gestión y desarrollo de empresas de automoción

FACONAUTO



randstad
learning

part of randstad enterprise

¿Por qué realizar el Máster en gestión y desarrollo de empresas de automoción?

La **Universidad Faconauto**, en colaboración con Randstad Learning, ha desarrollado este Máster de formación superior que se enfoca en los aspectos clave que gobiernan las áreas más importantes de la Dirección Estratégica de una empresa de automoción: comercial, marketing, digitalización y nuevas tecnologías, finanzas, etc.. con el objetivo de conocer las claves de la Dirección que permitan optimizar y rentabilizar la gestión de las empresas concesionarias en el sector de la automoción.



Con la realización del “Master en gestión y desarrollo de empresas de automoción”, cada participante desarrollará las competencias multidisciplinares para optimizar las interacciones con otros departamentos, las relaciones de la red con su marca, aplicar las nuevas tecnologías, etc.

Este programa se lleva a cabo mediante contenidos interactivos, ejercicios prácticos, videoconferencias y actividades de networking.

¿Por qué elegir Universidad Faconauto?

Este Máster ha sido diseñado por la Universidad Faconauto, en colaboración con Randstad Learning, para aunar la experiencia y know-how de ambas entidades con el objetivo de poner al servicio del alumnado un programa formativo a la vanguardia de las necesidades actuales del sector, proponiendo una experiencia de aprendizaje basada en:

Contenidos

Actualizados, adaptados a la realidad y necesidades del sector.

Profesorado

Profesionales seniors a la vanguardia de los conocimientos impartidos.

Con dilatada experiencia, tanto en la actividad profesional como en la impartición de contenidos en las materias abordadas.

Seguimiento y feed-back constante.

Networking

Sesiones de networking que te permitirán conocer y compartir las mejores prácticas y experiencias de éxito en el sector.

El/la alumno/a en el centro

El programa formativo está diseñado para poner en el centro al alumno/a, de cara a obtener una experiencia de aprendizaje 360°, basado en el acompañamiento y feed-back constante, el uso de diferentes metodologías pedagógicas, la interacción con el profesorado, los contenidos orientados a la práctica profesional, etc.



¿Qué obtendrás con la realización del Máster en gestión y desarrollo de empresas de automoción?

Este programa de formación superior persigue la consecución de los siguientes objetivos:

Visión Global del Negocio

Obtendrás una visión global del negocio, ayudando a reflexionar sobre qué elementos o experiencias hacen incrementar tanto las ventas como la retención de cliente.

Dirección estratégica

Podrás establecer las claves para el desarrollo del negocio, poniendo en marcha una gestión estratégica a través de las distintas palancas que promueven una dirección eficaz.

Digitalización y nuevas tecnologías

Te permitirá conocer y poner en práctica el uso de las nuevas tecnologías y la digitalización para optimizar el desarrollo del negocio en los concesionarios a través del uso de herramientas tecnológicas aplicadas a los procesos de gestión, la relación con los clientes y la mejora de la productividad.

Liderazgo y Comunicación

Adquirirás las capacidades de liderazgo y comunicación necesarias en todo perfil directivo a la hora de gestionar equipos de trabajo.

Networking sectorial

Te ayudará a fomentar el networking sectorial y promover el contacto con los diversos actores de nuestro mercado.

Experiencia de aprendizaje

A través de la metodología mixta, combinando diferentes modelos de aprendizaje y el método 70/20/10, podrás disfrutar de un proceso de aprendizaje experiencial, dinámico y práctico, formado por:

- Autoformación con contenidos elearning altamente interactivos.
- Ejercicios con casos prácticos.
- Cuestionarios para afianzar conocimientos.
- Masterclass en aula virtual con profesionales del sector.
- Tutorías virtuales con expertos en la materia.
- Get in touch: sesiones presenciales de networking con presentaciones y prácticas en directo.



70% de la formación está basada una experiencia práctica y dinámica de aprendizaje.

20% de la formación que reciben los participantes la basamos en el aprendizaje que obtienen del feedback

10% lo basamos en dotar a los participantes de conceptos teóricos.

Programa de Contenidos

Máster en gestión y desarrollo de empresas de Automoción

Módulo 1: IA y sus aplicaciones en el Concesionario. 20 horas.

Módulo 2: Dirección Comercial I: Análisis y Estrategia. 40 horas.

Módulo 3: Dirección Comercial II: Procesos de Gestión. 50 horas.

Módulo 4: Marketing, RRSS y reputación online. 110 horas.

Módulo 5: Experiencia de Cliente (CX) para Concesionarios de Automóviles.
30 horas.

Módulo 6: Dirección Financiera. Marco jurídico y legislativo. 20 horas.

Módulo 7: Dirección de Recursos Humanos. 30 horas.



Máster en Dirección Estratégica de empresas de Automoción

Módulo 1: IA y sus aplicaciones en el Concesionario

- IA y nuevas oportunidades de negocio.
- Beneficios del uso de la IA en el concesionario: eficiencia operativa, mejora en la toma de decisiones, reducción de costes, etc.
- Aplicaciones Prácticas de la IA en concesionarios: atención personalizada al cliente, optimización de Marketing y Ventas, gestión de inventarios, etc.
- Herramientas y Tecnologías para Concesionarios:
 - Sistemas de gestión basados en IA: CRM inteligentes y plataformas de ventas.
 - Análisis de datos y visualización: Herramientas como Tableau, Power BI o Google Cloud AI.
 - Automatización de procesos: RPA (Robotic Process Automation).
- Implementación y retos de la IA: inversión inicial y retorno, evaluación de necesidades y selección de herramientas adecuadas, integración con herramientas existentes, etc.

Módulo 2: Dirección Comercial I – Análisis y estrategia

- Escenario global del sector automoción Tipos de mercado y clientes. Cuota y datos de mercado, análisis y gestión:
 - Estudio de mercado local y regional: Identificar oportunidades de crecimiento en el área geográfica del concesionario.
 - Segmentación de clientes: Clasificación por tipo de comprador (particular, flotas, leasing). Competencia directa e indirecta: Evaluación de marcas, precios, promociones y posicionamiento.
- Nuevas Experiencias en la Distribución del Automóvil Oportunidades y desafíos en el sector.

- Las ineficiencias del mercado: La Automatriculación, el Km 0 y el vehículo nuevo.
- Estrategia de ventas y captación de clientes:
 - Generación de leads: Uso de herramientas como Google Ads, redes sociales y campañas de correo electrónico. Fidelización de clientes: Creación de programas de recompensas y seguimiento postventa. Negociación avanzada:
 - Cómo ofrecer paquetes de valor (financiamiento, mantenimiento y seguros) sin comprometer el margen.
- Estructura comercial de un concesionario.

Módulo 3: Dirección Comercial II – Procesos de gestión

- Proceso de ventas: desde el contacto inicial hasta el cierre. Diferencias entre ventas de vehículos nuevos, usados y flotas.
- Gestión de la planificación comercial:
 - Definición de objetivos comerciales SMART: Específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales.
 - Diseño del mix comercial: Estrategias de producto, precio, promoción y distribución adaptadas al concesionario.
 - Calendario anual de ventas: Planificación de eventos como lanzamientos de nuevos modelos o días especiales.
- Ventas a profesionales (B2B): Flotas y RAC.
- Gestión del vehículo nuevo y de ocasión.
- Gestión de inventarios de vehículos: rotación de inventario, optimización de pedidos, gestión de flotas de demostración.
- Logística y distribución.
- Gestión y liderazgo de equipos comerciales:
 - Capacitación en técnicas de venta consultiva: Cómo ayudar a los clientes a identificar sus necesidades.
 - Establecimiento de metas para vendedores: Metas semanales, mensuales y trimestrales.
 - Gestión de reuniones comerciales: Estructura y herramientas para revisiones periódicas efectivas. Estrategias de upselling y cross-selling en automoción.

Módulo 4: Marketing, RRSS y reputación online

- Marketing digital y estrategias clave para concesionarios: Atracción y fidelización de clientes. Generación de leads y ventas online.
- Canales digitales esenciales: Webs optimizadas para concesionarios. Motores de búsqueda (SEO y SEM). Redes sociales como plataformas clave.
- Redes Sociales para Concesionarios. El ecosistema de redes sociales: Principales plataformas para concesionarios: Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, LinkedIn. Cómo elegir las redes adecuadas para el público objetivo.
- Estrategias publicitarias en redes sociales: Publicidad segmentada en Facebook e Instagram. Remarketing para vehículos y servicios. Campañas de alcance local.
- Publicidad Digital y Generación de Leads con Google Ads para concesionarios: Campañas de búsqueda: Captar clientes interesados en comprar. Campañas de display: Branding y visibilidad. YouTube Ads: Videos promocionales y tutoriales, etc.
- Importancia de la reputación digital: Impacto de las reseñas en la decisión de compra.
- Plataformas clave para reseñas: Google My Business, Facebook, Yelp. Cómo responder a reseñas positivas y negativas. Estrategias para mejorar la reputación: Solicitar reseñas a clientes satisfechos. Monitoreo constante con herramientas como Hootsuite o Brandwatch. Uso de encuestas de satisfacción.

Módulo 5: Experiencia de Cliente (CX) para Concesionarios de Automóviles

- Impacto del CX en concesionarios: Incremento de la satisfacción y fidelización de clientes.
- El cliente actual: Expectativas y comportamientos de compra en la era digital.
- Momentos de verdad: Cómo transformar interacciones críticas en experiencias positivas.

- Comunicación Efectiva y Relacional. Habilidades de comunicación: Técnicas para entender las necesidades y expectativas del cliente.
- Innovación y Digitalización en la Experiencia del Cliente Herramientas tecnológicas para CX:CRM para concesionarios: Seguimiento y gestión de relaciones. Chatbots y asistentes virtuales. Omnicanalidad: Cómo integrar canales digitales y presenciales. Ejemplos de éxito en concesionarios.
- La Experiencia en el Punto de Venta. Diseño de la experiencia en el concesionario: Ambiente, señalización y presentación de los vehículos. Innovaciones como realidad aumentada y pantallas interactivas. Pruebas de manejo como parte de la experiencia: Organización y personalización. Seguimiento después de la prueba.
- Estrategias de fidelización: Programas de recompensas y ofertas exclusivas. Encuestas de satisfacción y acciones basadas en feedback.
- Gestión de quejas y reclamaciones: Cómo convertir una experiencia negativa en una oportunidad.
- Indicadores clave de experiencia del cliente: Net Promoter Score (NPS), Customer Satisfaction Score (CSAT) y Customer Effort Score (CES).
- Recolección de datos y feedback del cliente: Métodos: Encuestas, entrevistas, análisis de reseñas online.



Módulo 6: Dirección Financiera. Marco jurídico y legislativo

Dirección Financiera:

- Estados financieros clave: balance, cuenta de resultados y flujo de caja.
- Indicadores financieros específicos del sector: Margen de contribución por vehículo.
- Ciclo de conversión de efectivo.
- Herramientas para la evaluación de la rentabilidad y la liquidez. Análisis de costes.
- Elaboración y control presupuestario en operaciones de ventas y posventa.
- Reducción de costos operativos sin comprometer la calidad del servicio.
- Financiación y riesgos.

Marco jurídico y legislativo

- La importancia de la regulación en los concesionarios: Garantizar el cumplimiento legal y evitar sanciones.
- Protección de los derechos del cliente y del concesionario.
- Obligaciones relacionadas con vehículos nuevos y usados.
- Garantías legales y comerciales: Duración y alcance de la garantía.
- Cumplimiento de la legislación laboral: Contratación y derechos de las personas empleadas.
- Protección de datos en campañas de marketing: Regulación de GDPR o equivalentes locales. Consentimiento explícito en comunicaciones comerciales.

Trabajo Fin de Máster.

Módulo 7: Dirección de Recursos Humanos

Dirección de Recursos Humanos:

- Procesos de reclutamiento y selección en el concesionario.
- Desarrollo y promoción profesional.
- Retribución, compensación y beneficios.
- Evaluación del desempeño y feedback.
- Relaciones laborales.
- Clima y satisfacción organizacional.
- Retención y fidelización del talento.
- Habilidades Directivas - Inteligencia emocional, Liderazgo y Comunicación.

Trabajo Fin de Máster.

Estructura

Duración: 7 meses.

Carga lectiva: 300 horas de trabajo del alumno (teoría y práctica).

Fechas: del 5 de mayo al 5 de diciembre del 2025.

Fechas sesiones presenciales de Networking:

- Miércoles: 21 de mayo 2025.
- Viernes: 19 de septiembre 2025.
- Jueves: 20 de noviembre de 2025.

14 Masterclasses a lo largo de todo el programa formativo.

Lugar: HUB Fundación Randstad Madrid

C. de Raimundo Fernández Villaverde, 57
Bis, Tetuán, 28003 Madrid

Precio: 4.400 € + IVA (descuento del 10% hasta el 31 de marzo: 3.960 € + IVA).

Plazo de inscripción: hasta el 30 de abril 2025

FUNDAE:

- Bonificación del 41%, por lo que el Máster te costará solamente 1.820 € + IVA
- Bonificación del 65% sobre el precio con descuento: por lo que el Máster te costará solamente 1.380 € + IVA

Certificación emitida por UNIVERSIDAD FACONAUTO.



part of randstad enterprise

Para más información:

Andrea Morales
andrea.morales@faconauto.com
+34 646 407 745

Inscríbete al programa cumplimentando
el formulario en este enlace:

https://www.universidadfaconauto.es/master-gestion-desarrollo-empresas-automocion/#form_dir



part of randstad enterprise

