

## DADES GENERALS

## Curs acadèmic

|                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Tipus de curs</b>     | Expert Universitari                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Nombre de crèdits</b> | 11,00 Crèdits ECTS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Matrícula</b>         | 1.000 euros (import preu públic)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Requisits d'accés</b> | Professionals que desitgen donar un salt en la seua carrera, afrontant nous reptes i aportant més valor afegit a la seua empresa i llicenciats/graduats en general que vulguen aprofundir en l'àrea de màrqueting vinculant-se a un entorn més pràctic. De manera excepcional, poden accedir al Títol d'Expert professionals sense titulació amb experiència d'almenys 3 anys demostrable en l'àmbit empresarial. |

|                          |                                                                                           |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Modalitat</b>         | Semipresencial                                                                            |
| <b>Lloc d'impartició</b> | Universidad del Azuay, Cuenca, Ecuador                                                    |
| <b>Horari</b>            | Divendres en horari de vesprada (de 16 a 21 h) Dissabtes en horari de matí (de 9 a 14 h), |

## Direcció

|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Organitzador</b> | Departament de Comercialització i Investigació de Mercats                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Direcció</b>     | Natalia Melania Vila López<br>Catedrático/a de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats.<br>Universitat de València<br>Antonio Carlos Cuenca Ballester<br>Profesor/a Titular de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats.<br>Universitat de València<br>José Enrique Bigné Alcañiz<br>Catedrático/a de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats.<br>Universitat de València |

## Terminis

|                              |                   |
|------------------------------|-------------------|
| <b>Preinscripció al curs</b> | Fins a 12/09/2019 |
| <b>Data inici</b>            | Setembre 2019     |
| <b>Data fi</b>               | Gener 2020        |

## Més informació

|                |                                                                  |
|----------------|------------------------------------------------------------------|
| <b>Telèfon</b> | 961 603 000                                                      |
| <b>E-mail</b>  | <a href="mailto:informacio@adeituv.es">informacio@adeituv.es</a> |

## PROGRAMA

- 1.1. Planificación Estrategia de marketing
- 1.2. Estrategia para definir valor: información del mercado y comportamiento del consumidor
- 1.3. Estrategias para definir valor: segmentación, público objetivo y posicionamiento. Marketing personalizado en producto y/o servicio
- 1.4. Estrategia para crear valor basadas en el marketing relacional
- 1.5. Estrategia para ejecutar valor través de la innovación en producto y/o servicio
- 1.6. Estrategia para ejecutar valor a través de la marca
- 1.7. Estrategia para ejecutar valor, por la determinación del precio
- 1.8. Estrategia para ejecutar valor a través del punto de venta físico y/o virtual

## PROFESSORAT

## María Luisa Andreu Simó

Profesor/a Titular de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

## José Enrique Bigné Alcañiz

Catedrático/a de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

---

**Antonio Carlos Cuenca Ballester**

Profesor/a Titular de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

---

**Rafael Martín Currás Pérez**

Profesor/a Titular de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

---

**Tomás Guillén Gorbe**

Director General. Grupo Ifedes, S.A.

---

**Francisco Hernandis Gil**

Comercial Sothis ERP

---

**Inés Küster Boluda**

Catedrático/a de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

---

**Antonio Navarro García**

---

**José Javier Rivera Alcami**

Consultor de empresas. GD&A BUSINESS BROKERS

---

**Paz Sánchez Pelegrí**

Group Manager Marketing. Nestlé España, S.A.

---

**Natalia Melania Vila López**

Catedrático/a de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

---

**OBJECTIUS**

Les sortides professionals que té el curs són:

Aquest Títol d'Expert capacita per a exercir llocs d'experts en màrqueting, tant des d'un punt de vista estratègic com de gestió de les diferents eines de recolze en la presa de decisions de màrqueting (i.e. product/brand manager, gestió/fidelització de clients, control estratègic etc.).

L'objectiu genèric és el de formar directius de Màrqueting, que siguin capaços de prendre decisions estratègiques adequades, en el moment oportú, valent-se dels coneixements adquirits al llarg del desenrotllament del present programa.

El Títol d'Expert en Màrqueting Estratègic persegueix els següents objectius específics:

- Dirigir i organitzar el Departament de Màrqueting d'una empresa
  - Analitzar les necessitats del consumidor per a identificar les estratègies de segmentació de clients més efectives en la identificació del públic objectiu.
  - Aconseguir que l'empresa abast un posicionament diferenciant en el mercat objectiu identificat. - Dissenyar i implementar un programa de fidelització de clients
  - Desenrotllar les habilitats necessàries per a l'elaborar el Pla de Màrqueting en l'empresa, així com per a dur a terme la seua posada en marxa (producte, preu, distribució etc.) i el seu seguiment/control.
  - Desenrotllar la capacitat analítica i crítica en la presa de decisions de màrqueting sobre la base d'experiències reals.
- En concret, el Títol d'Expert en Màrqueting Estratègic capacita per a la realització de les següents activitats professionals:
- aconseguir experiència en màrqueting des d'un punt de vista estratègic per a definir, crear i executar valor, conformant un negoci avantatjat competitivament.
  - desenrotllar els coneixements i habilitats necessaris sobre les distintes etapes en el procés de planificació del llançament d'un nou producte, sense oblidar el coneixement de diversos mecanismes de control que permeten verificar eficàcia de les estratègies proposades.

---

**METODOLOGÍA**

Cada una de les assignatures del Diploma en Màrqueting Estratègic està concebuda perquè es puga abordar tant des d'un punt de vista teòric com a pràctic.

En les classes teòriques, es combinaran les lliçons magistrals amb altres tècniques que poden adaptar-se als objectius fixats i que persegueixen la dinamització de l'aula.

En les classes pràctiques, es crearan equips de treball (entre 4 i 6 persones) i s'utilitzarà el mètode del cas. Això permetrà als alumnes posar en pràctica els coneixements adquirits en les corresponents classes teòriques, a més de posar de manifest la seua capacitat per a treballar en grup i les seues habilitats de comunicació interpersonal.

El mètode del cas es desenvoluparà d'acord amb la metodologia següent:

- Primer es realitzarà un treball individual de lectura del cas per part de l'alumne.
- Després es realitzarà una posada en comú a nivell d'equip de treball supervisada per part del professor responsable a fi de resoldre qualsevol dubte o problema.
- Finalment, es realitzarà la posada en comú en l'aula dels continguts de la pràctica.

Per a poder superar el Diploma en Màrqueting Estratègic es farà ús del mètode del cas. Per grups, serà necessari contestar, per escrit i de manera oral, a unes preguntes relacionades amb algun producte, empresa o sector, justificant-se degudament.