

DADES GENERALS

Curs acadèmic

Tipus de curs	Expert Universitari
Nombre de crèdits	11,00 Crèdits ECTS
Matrícula	1.000 euros (import preu públic)
Requisits d'accés	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.

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

Direcció

Organitzador	Departament de Comercialització i Investigació de Mercats
Direcció	Natalia Melania Vila López 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 José Enrique Bigné Alcañiz Catedrático/a de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

Terminis

Preinscripció al curs	Fins a 12/09/2019
Data inici	Setembre 2019
Data fi	Gener 2020

Més informació

Telèfon	961 603 000
E-mail	informacio@adeituv.es

PROGRAMA

- 1.1. Planificación Estratégica 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.