

DADES GENERALS

Curs acadèmic

Tipus de curs	Expert Universitari
Nombre de crèdits	16,00 Crèdits ECTS
Matrícula	1.150 euros (import preu públic)
Requisits d'accés	Llicenciats/graduats Professionals que acrediten experiència en l'àrea de màrqueting
Modalitat	Presencial
Lloc d'impartició	Instalaciones Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación (C/ Poeta Querol)
Horari	Divendres de 16 a 21 i dissabtes de 9 a 14 h.,

Direcció

Organitzador	Departament de Comercialització i Investigació de Mercats
Col·laborador	Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Valencia
Direcció	José Enrique Bigné Alcañiz Catedrático/a de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

Terminis

Preinscripció al curs	Fins a 01/02/2017
Data inici	Febrer 2017
Data fi	Maig 2017

Més informació

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

PROGRAMA

1. Comunicación Integrada de Marketing
2. Imagen corporativa
3. Plan publicitario y creatividad
4. Planificación de medios publicitarios
5. Promoción de Ventas y Ferias
6. Patrocinio y Relaciones Públicas
7. Comunicación Digital
8. Marketing en buscadores
9. Redes Sociales
10. Nuevos formatos y casos

PROFESSORAT

Víctor Ballester Riera

Profesor/a Asociado 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

Jorge Catalá Alcañiz

Jefe de Retail, Google.

Antonio Eduardo De No Vázquez

Director de Comunicación Air Nostrum.

Gianluca Fiorelli

Licenciado en Letras Modernas. Consultor. SEO e Inbound Marketing

Fernando Grau Cuesta

Antonio Hyder Espiñeira

CEO Hydermarketing

Pau Klein González

Director. Middion Coop, V.

Inés Küster Boluda

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

José Martí Parreño

Profesor/a Titular de Universidad. Universidad Europea de Madrid

María José Miquel Romero

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

Luis Pistoni Durán

Director Comercial. Odec Servicios Informaticos, S.A.

Juan José Puchalt Sanchís

Responsable de Marketing. Feria Muestrario Internacional de Valencia

Víctor Roca Hueso

Publip's Serviceplan, S.A.

Carla Ruiz Mafé

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

Silvia Sanz Blas

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

Natalia Melania Vila López

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

David Bruno Zaragoza Paula

Ingeniero en Telecomunicaciones. Avanzis

OBJECTIUS

Les sortides professionals que té el curs són:

Aquest Títol d'Expert capacita per a exercir llocs d'expert en vendes, tant des d'un punt de vista operatiu com d'adreça (i.e. Cap de vendes, director d'equip de vendes, Representants, Agents comercials, Responsables de relació amb clients, Responsable de Trade Màrqueting.

Amb el Títol d'expert en Comunicació Integral i 2.0, persegueix formar l'alumne perquè siga capaç d'enfrontar-se tant des d'un punt de vista teòric com a pràctic, a la realització de campanyes de comunicació d'una empresa o organització es persegueix formar l'alumne perquè siga capaç d'enfrontar-se a la gestió i busca d'informació en l'àmbit comercial. Es pretén així que els alumnes compreguen la necessitat i utilitat de la Investigació Comercial dins de l'àmbit de la Direcció Comercial i en qualsevol procés de presa de decisions dins de l'organització, i siguen capaços d'implementar-la.

De manera específica, es persegueix que l'alumne: oAdquiera una adequada comprensió i valoració del significat, extensió, oConozca la importància i contingut del fenomen de la comunicació comercial en tots els seus àmbits, i en particular en la seua distintes ferramentes òssia capaces d'avaluar les distintes ferramentes a disposició de l'empresa per a dur a terme una comunicació efectiva.

oConsidere cada una de les qüestions a considerar a l'hora de fer ús de qualsevol tècnica de comunicació comercial, per a permetre a l'alumne estar en condicions de prendre decisions oportunes per a desenrotllar el pla de comunicació complet. oObtenga una visió tremendament pràctica que afavorisca la capacitat analítica i crítica de l'estudiant.

METODOLOGÍA

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

En les classes pràctiques, es crearan equips de treball (entre 4 i 5) 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 a l'alumne.
- Després es realitzarà una posada en comú a nivell d'equip de treball supervisada per part del professor responsable conelfin 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 Gestió de Comunicació en Màrqueting serà necessari elaborar un Pla de comunicació real per a algun producte/empresa proposat per la direcció del màster. Tal treball, que es realitzarà per grups, haurà de ser defés oralment davant de la direcció del Màster i la resta de companys del Diploma.