

DATOS GENERALES

Curso académico

Tipo de curso	Experto Universitario
Número de créditos	16,00 Créditos ECTS
Matrícula	1.150 euros (importe precio público)
Requisitos de acceso	Licenciados/graduados en general que quieran profundizar en el área de marketing vinculándose a un entorno más práctico. Profesionales que acrediten experiencia en el área de marketing
Modalidad	Presencial
Lugar de impartición	Instalaciones Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación (C/ Poeta Querol)
Horario	Viernes de 16 a 21 y sábados de 9 a 14 h.

Dirección

Organizador	Departament de Comercialització i Investigació de Mercats
Colaborador	Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Valencia
Dirección	José Enrique Bigné Alcañiz Catedrático/a de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

Plazos

Preinscripción al curso	Hasta 01/02/2017
Fecha inicio	Febrero 2017
Fecha fin	Mayo 2017

Más información

Teléfono	961 603 000
E-mail	informacion@adeituv.es

PROGRAMA

Gestión de comunicación en márketing

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

PROFESORADO

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

OBJETIVOS

Las salidas profesionales que tiene el curso son:

Este Título de Experto capacita para desempeñar puestos de experto en ventas, tanto desde un punto de vista operativo como de dirección (i.e. Jefe de ventas, director de equipo de ventas, Representantes, Agentes comerciales, Responsables de relación con clientes, Responsable de Trade Marketing).

Con el Título de experto en Comunicación Integral y 2.0, persigue formar al alumno para que sea capaz de enfrentarse tanto desde un punto de vista teórico como práctico, a la realización de campañas de comunicación de una empresa u organización se persigue formar al alumno para que sea capaz de enfrentarse a la gestión y búsqueda de información en el ámbito comercial. Se pretende así que los alumnos comprendan la necesidad y utilidad de la Investigación Comercial dentro del ámbito de la Dirección Comercial y en cualquier proceso de toma de decisiones dentro de la organización, y sean capaces de implementarla.

De manera específica, se persigue que el alumno:

"Adquiera una adecuada comprensión y valoración del significado, extensión,

"Conozca la importancia y contenido del fenómeno de la comunicación comercial en todos sus ámbitos, y en particular en su distintas herramientas

"Sea capaz de evaluar las distintas herramientas a disposición de la empresa para llevar a cabo una comunicación efectiva.

"Considere cada una de las cuestiones a considerar a la hora de hacer uso de cualquier técnica de comunicación comercial, para permitir al alumno estar en condiciones de tomar decisiones oportunas para desarrollar el plan de comunicación completo.

"Obtenga una visión tremendamente práctica que favorezca la capacidad analítica y crítica del estudiante.

METODOLOGÍA

Cada una de las Asignaturas del Diploma en Gestión de Comunicación en Marketing está concebida para que se pueda abordar tanto desde un punto de vista teórico como práctico.

En las clases prácticas, se crearán equipos de trabajo (entre 4 y 5) personas y se utilizará el método del caso. Ello permitirá a los alumnos poner en práctica los conocimientos adquiridos en las correspondientes clases teóricas, además de poner de manifiesto su capacidad para trabajar en grupo y sus habilidades de comunicación interpersonal.

El método del caso se desarrollará de acuerdo con la metodología siguiente:

- Primero se realizará un trabajo individual de lectura del caso por parte del alumno.
- Después se realizará una puesta en común a nivel de equipo de trabajo supervisada por parte del profesor responsable con el fin de solventar cualquier duda o problema.
- Finalmente, se realizará la puesta en común en el aula de los contenidos de la práctica.

Para poder superar el diploma en Gestión de Comunicación en Marketing será necesario elaborar un Plan de comunicación real para algún producto/empresa propuesto por la dirección del master. Dicho trabajo, que se realizará por grupos, deberá ser defendido oralmente ante la dirección del Master y el resto de compañeros del Diploma.