DATOS GENERALES

Curso académico	
Tipo de curso	Experto Universitario
Número de créditos	11,00 Créditos ECTS
Matrícula	1.000 euros (importe precio público)
Requisitos de acceso	Profesionales que deseen dar un salto en su carrera, afrontando nuevos retos y aportando más valor añadido a su empresa y licenciados/graduados en general que quieran profundizar en el área de marketing vinculándose a un entorno más práctico. De manera excepcional, pueden acceder al Título de Experto profesionales sin titulación con experiencia de al menos 3 años demostrable en el ámbito empresarial.
Modalidad	Semipresencial
Lugar de impartición	Universidad del Azuay, Cuenca, Ecuador
Horario	Se impartirá los viernes por la tarde (de 16 a 21h) y los sábados por la mañana (de 9 a 14h)

Dirección

Organizador	Departament de Comercialització i Investigació de Mercats
Dirección	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

Plazos

Preinscripción al curso	Hasta 12/09/2019
Fecha inicio	Septiembre 2019
Fecha fin	Enero 2020

Más información

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

PROGRAMA

Marketing Estratégico

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

PROFESORADO

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

OBJETIVOS

Las salidas profesionales que tiene el curso son:

Este Título de Experto capacita para desempeñar puestos de expertos en marketing, tanto desde un punto de vista estratégico como de gestión de las distintas herramientas de apoyo en la toma de decisiones de marketing (i.e. product/brand manager, gestión/fidelización de clientes, control estratégico etc.)

El objetivo genérico es el de formar directivos de Marketing, que sean capaces de tomar decisiones estratégicas adecuadas, en el momento oportuno, valiéndose de los conocimientos adquiridos a lo largo del desarrollo del presente programa.
El Título de Experto en Marketing Estratégico persigue los siguientes objetivos específicos:
- Dirigir y organizar el Departamento de Marketing de una empresa
- Analizar las necesidades del consumidor para identificar las estrategias de segmentación de clientes más efectivas en la identificación del público objetivo.
- Conseguir que la empresa alcance un posicionamiento diferenciando en el mercado objetivo identificado.
- Diseñar e implementar un programa de fidelización de clientes
- Desarrollar las habilidades necesarias para la elaborar el Plan de Marketing en la empresa, así como para llevar a cabo su puesta en marcha (producto, precio, distribución etc.) y su seguimiento/control.
- Desarrollar la capacidad analítica y crítica en la toma de decisiones de marketing sobre la base de experiencias reales.
En concreto, el Título de Experto en Marketing Estratégico capacita para la realización de las siguientes actividades profesionales:
- conseguir experiencia en marketing desde un punto de vista estratégico para definir, crear y ejecutar valor, conformando un negocio aventajado competitivamente.
- desarrollar los conocimientos y habilidades necesarios sobre las distintas etapas en el proceso de planificación del lanzamiento de un nuevo producto, sin olvidar el conocimiento de diversos mecanismos de control que permitan verificar eficacia de las estrategias propuestas.

METODOLOGÍA

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

En las clases teóricas, se combinarán las lecciones magistrales con otras técnicas que pueden adaptarse a los objetivos fijados y que persiguen la dinamización del aula.

En las clases prácticas, se crearán equipos de trabajo (entre 4 y 6 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 Marketing Estratégico se hará uso del método del caso. Por grupos, será necesario contestar, por escrito y de manera oral, a unas preguntas relacionadas con algún producto, empresa o sector, justificándose debidamente.