

MÁSTER EN MARKETING Y COMUNICACIÓN DIGITAL

Breve descripción del curso:

Los destinatarios de este Master en Marketing y Comunicación Digital de la Universidad Politécnica de Valencia son aquellos graduados que, no habiendo tenido una formación previa en estos campos, quieran adquirir las competencias necesarias para poder desarrollar en un futuro sus capacidades técnicas en el entorno del Marketing y la Comunicación Digital, bien por cuenta ajena, o bien por cuenta propia. Igualmente, podrán acceder al máster los estudiantes graduados/as, licenciados/as o diplomados/as en Administración y Dirección de Empresas, Marketing, Informática o ámbitos similares con interés en el marketing, la comunicación e internet. Este máster puede ser cursado por profesionales del sector que poseen un título universitario oficial., para ampliar sus conocimientos y adquirir competencias en aquellas áreas que no han visto previamente.

El objetivo de este Master es conseguir que el alumno desarrolle habilidades generales y específicas, y adquiera conocimientos nuevas estrategias de marketing y comunicación en Internet. Unas estrategias que están evolucionando hacia nuevos sistemas basados en la participación del usuario con nuevos medios digitales y que requieren de una especialización ad-hoc.

A lo largo del Máster se combina el aprendizaje teórico con el práctico, trabajando con:

- Laboratorios de marketing digital en directo, clases impartidas por profesionales en marketing digital, en las cuales se ve cómo funcionan las principales herramientas usadas en el campo del marketing digital.
- Sesiones prácticas y trabajos sobre casos reales, donde la teoría se llevará al terreno práctico.

El plan de estudios, formado por contenidos completamente actualizados, está elaborado para atender todas las áreas del marketing y la comunicación digital.

Al terminar la actividad el asistente podrá (descripción de objetivos de la actividad):

El objetivo de este Master es conseguir que el alumno desarrolle habilidades generales y específicas, y adquiera conocimientos nuevas estrategias de marketing y comunicación en Internet. Unas estrategias que están evolucionando hacia nuevos sistemas basados en la participación del usuario con nuevos medios digitales y que requieren de una especialización ad-hoc.

A lo largo del Máster se combina el aprendizaje teórico con el práctico, trabajando con:

- Laboratorios de marketing digital en directo, clases impartidas por profesionales en marketing digital, en las cuales se ve cómo funcionan las principales herramientas usadas en el campo del marketing digital.
- Sesiones prácticas y trabajos sobre casos reales, donde la teoría se llevará al terreno práctico.

El plan de estudios, formado por contenidos completamente actualizados, está elaborado para atender todas las áreas del marketing y la comunicación digital.

Conocimientos de acceso:

Los alumnos deberán acreditar el nivel de acceso a las enseñanzas oficiales de máster en una universidad española según la normativa vigente.

La superación de los estudios dará derecho, en su caso, a la obtención del correspondiente Título Propio de la Universitat Politècnica de València de Máster firmado por el Rector.

Si el alumno posee una titulación Universitaria no Española, deberá ponerse en contacto con la secretaria para informarse de las gestiones de legalización de documentos académicos.

Conocimientos previos necesarios:

Ninguno.

Se requiere titulación universitaria. Excepcionalmente se puede considerar por la Dirección el acceso a profesionales sin titulación universitaria que tengan una experiencia demostrada de más de tres años en un ámbito relacionado con el programa y acrediten requisitos legales para cursar estudios universitarios. Los alumnos matriculados en estas condiciones sólo podrán obtener un certificado de Aprovechamiento por los estudios superados pero no podrán optar a la obtención del Título Propio de postgrado.

Acción formativa dirigida a:

- Titulados universitarios (diplomados o licenciados): Ingeniería, ADE, Diseño, Publicidad, Arquitectura, Periodismo, Derecho, Informática, Psicología, Sociología.
 - Profesionales con nivel de acceso a la universidad (COU o equivalente) y 3 años de experiencia en el sector.
 - Futuros directores de marketing y/o de comunicación.
- El marketing es una disciplina transversal, necesaria y útil para cualquier área de trabajo y cualquier sector empresarial (industrial y servicios)

PARTE 1

Módulo 1. El marketing dentro de la empresa
Importancia del marketing en la empresa en los escenarios actuales.

Módulo 2. Marketing Estratégico.
Importancia de analizar el entorno, la competencia, el comportamiento del consumidor. Segmentar según interés y posicionar en base a un plan estratégico.

Módulo 3. La investigación en el marketing
Tipos de investigación. La informática y la estadística aplicada a la investigación del marketing.

Módulo 4. Marketing operativo.
Lanzamiento de productos y servicios. Gestión del precio. Distribución y trade marketing.

Módulo 5. Marketing internacional.
Planteamiento estratégico internacional. Estudio y adaptación a mercados internacionales.

Módulo 6. Planificación y control de marketing.
Análisis de las variables del marketing-mix dentro de los objetivos de la empresa.

Módulo 7. Nuevas tendencias en marketing.
Exposición de las nuevas tendencias en marketing basadas en marketing digital y neuromarketing.

Módulo 8. Plan de marketing aplicado.
Elaboración de un plan de marketing aplicado en base a los casos presentados en los módulos previos.

PARTE 2

Módulo 9. Creatividad Digital.
Esta materia supone profundizar en la creatividad online como eje para el desarrollo de los contenidos de la comunicación publicitaria.

Módulo 10. Producción Digital.
La materia de Producción Digital pretende servir como introducción en aspectos clave del desarrollo de diseños y producción multimedia.

Módulo 11. Diseño Web.
Esta materia proporciona los conocimientos necesarios para aprender a realizar páginas web de manera profesional.

Módulo 12. E-commerce.
Esta materia proporciona los conocimientos necesarios para poder dirigir su propio negocio de venta en internet y definir y planificar la estrategia que le lleve al éxito.

Módulo 13. Social Media
Con la materia de Social Media - Redes Sociales el alumno conocerá las principales redes sociales y su tipología. Además, creará páginas de marca y realizará seguimientos de conversaciones en las principales redes sociales.

Módulo 14. Inbound Marketing - Marketing de Contenidos - Storytelling
El inbound marketing combina técnicas de marketing y publicidad no intrusivas con la finalidad de contactar con un usuario al principio de su proceso de compra y acompañarle hasta la transacción final.
El marketing de contenidos forma parte del Inbound Marketing y es el arte de entender exactamente qué necesitan saber los usuarios para entregárselo de forma pertinente y convincente.
La gamificación es la aplicación de los mecanismos y elementos propios del diseño de juegos; y el storytelling es la aplicación de las técnicas de creación de historias.

Módulo 15. SEO/SEM: Analítica y generación de contenido.
Con la materia se pretende dotar al alumno de las herramientas necesarias para el desarrollo de estrategias para la promoción de contenidos, servicios o productos que se centren en aumentar la visibilidad de una empresa en Internet.

Módulo 16. Realidad Virtual y Aumentada.
En esta asignatura se introducirá al alumno dentro del mundo de la realidad virtual (RV) y la realidad aumentada y se estudiarán sistemas interactivos para la visualización de información (VI). Así mismo, aprenderá la importancia del desarrollo de APPs para dispositivos móviles (tablets y smartphones) en la comunicación digital.

Módulo 17. Proyecto Aplicado.
Elaboración de un plan de comunicación aplicado en base a los casos presentados en los módulos previos.

PARTE 3

Módulo 18. Investigación en Marketing.
Empleo de equipos y software de marketing digital y de neuromarketing. Aprendizaje de elaboración de un plan de investigación: etapas y planteamiento.

Temas a desarrollar:

investigación: etapas y planteamiento.

Módulo 19. Tesina final de máster.

Proyecto final de máster. Tutorías y control de proyecto. Exposición y defensa ante tribunal.

Metodología didáctica:

El Máster en Marketing y Comunicación Digital de la Universidad Politécnica de Valencia comprende un total de 90 créditos ECTS troncales impartidos de manera online, con posibilidad de seguimiento semipresencial (viernes tarde y sábados mañana), mediante la aplicación de teledocencia de la UPV, denominada Policonecta.

Así mismo, puede ser seguido de manera offline (asíncrona), visualizando las clases grabadas y siguiendo los apuntes, resolución de ejercicios, casos y exámenes tipo test, conforme al ritmo del alumno, con una fecha límite de entrega de tareas.

Se emplea una metodología pedagógica denominada edutainment (formación y entretenimiento), teniendo una duración total de 12 meses.

El carácter del título es nacional e internacional.

Está compuesto de 19 asignaturas obligatorias y una tesina final de máster, convalidable con prácticas en empresa. La estructura es modular, por lo que los alumnos que cumplan con los criterios de acceso al título pueden cursar módulos independientes.

PARTE 1

Asignatura 1: El Marketing dentro de la Empresa

Asignatura 2: Marketing Estratégico

Asignatura 3: La Investigación en el Marketing

Asignatura 4: Marketing Operativo

Asignatura 5: Marketing Internacional

Asignatura 6: Planificación y Control de Marketing

Asignatura 7: Nuevas tendencias en marketing

Asignatura 8: Plan de Marketing Aplicado

PARTE 2

Asignatura 9. Creatividad Digital.

Asignatura 10. Producción Digital.

Asignatura 11. Diseño Web.

Asignatura 12. E-commerce.

Asignatura 13. Social Media

Asignatura 14. Inbound Marketing - Marketing de Contenidos - Storytelling

Asignatura 15. SEO/SEM: Analítica y generación de contenido.

Asignatura 16. Realidad Virtual y Aumentada.

Asignatura 17. Proyecto Aplicado.

PARTE 3

Asignatura 18. Investigación en Marketing.

Asignatura 19. Tesina final de máster.

Cada asignatura consta de sesiones presenciales que pueden ser seguidas a través de la plataforma de teledocencia Policonecta de la UPV (en directo o grabado) y una documentación base para trabajo online, con Polimedias, ejemplos, ejercicios y casos prácticos reales, disponible a través de la intranet Poliformat de la UPV. Así mismo, los alumnos pueden desarrollar video tutorías online a través de la plataforma Polireunión de la UPV o Skype.

El alumno debe de hacer prácticas de investigación en los grupos actualmente activos (líneas de investigación en Estudios de Mercado, Neuromarketing y Marketing Digital).

Para completar la formación, el alumno realizará una tesina, en el que se cubrirán todas las etapas vistas, trabajando un caso real. Esta asignatura/trabajo puede ser convalidada con prácticas en empresa.

El alumno tiene la opción de realizar prácticas de empresa (el máster dispone de una bolsa de prácticas para alumnos y bolsa de empleo para alumnos y egresados).

Es posible convalidar la parte de marketing (las primeras 8 asignaturas, equivalente a 30 créditos) al haber estudiado el programa formativo Diploma de Especialización en Marketing, restando al estudiante cursar la parte de Neuromarketing, Investigación en Marketing y la tesina final de máster.

Para la obtención del título propio, es requisito indispensable haber superado todas las asignaturas obligatorias y la tesina final de máster, contemplando la posibilidad de cursarlos en diferentes ediciones del programa.

Documentación a entregar a los alumnos:

La documentación que ha de aportar el alumno es la siguiente para poder matricularse:

Alumno de la Unión Europea: DNI (o equivalente) y título universitario escaneado.

Alumno de fuera de la Unión Europea: Pasaporte o cédula de ciudadanía y título universitario escaneado (es requisito que esté apostillado, pudiendo enviar el título escaneado sin apostilla para la matrícula y actualizar el expediente antes de la obtención del título, siendo condición obligatoria).

Otra Información de interés:

Salidas profesionales:

Este Master sirve de complemento a la formación general, que debe poseer cualquier profesional del marketing, la comunicación o informática, para el mejor conocimiento y desarrollo en ella de todos los aspectos del Marketing y la Comunicación Digital que la rodean y que prepara al alumno para el ejercicio en dicho ámbito, preparándole específicamente para el diseño y la resolución de las actividades diarias y cotidianas.

Por tanto, el egresado en el Master en Marketing y Comunicación Digital de la Universidad Politécnica de Valencia una vez adquirida la formación avanzada que ofrece de carácter especializado y multidisciplinar, está posibilitado para adaptar su especialización profesional a la dirección de marketing de empresas, facilitando la planificación, organización, gestión y control de las actividades estratégicas/marketing y comerciales de cualquier organización a nivel digital.

Los titulados en el Máster en Marketing y Comunicación Digital de la Universidad Politécnica de Valencia están formados para desarrollar su labor profesional en diversos puestos entre los que destacan:

- Responsable de marketing digital
- Director comercial
- Planificador estratégico a nivel digital
- Responsable de estudios de mercado digitales
- Product manager
- Pricing manager
- Trade marketing manager
- Digital manager
- Auditor comercial y de marketing digital
- Responsable de comunicación digital

Desde la perspectiva del marketing digital.

El Master en Marketing y Comunicación Digital de la Universidad Politécnica de Valencia ofrece al alumno numerosas posibilidades profesionales en puestos cualificados y de responsabilidad.

Muchas son profesiones emergentes que demandan un perfil especialista en Marketing y Comunicación Digital, lo que supone una gran oportunidad para nuestros alumnos. Destacan, entre otras:

- Departamentos de Marketing de las empresas.
- Departamentos de Comunicación de las empresas.
- Departamentos de Business Intelligence de las empresas (Investigación de Mercados, Market Research, Customer Insight).
- Empresas de Business Intelligence (Investigación de Mercados, Market Research, Customer Insight).
- Agencias de Publicidad.
- Consultoras de Marketing.
- Laboratorios y proveedores de servicios de Marketing Digital.
- Formación de nuevas generaciones (Universidades y Business School).

El egresado del Master en Marketing y Comunicación Digital de la Universidad Politécnica de Valencia, al término del máster, estará especializado en marketing y comunicación con conocimientos en digital que trabaja en las estrategias para reconocer las características Internet como medio de comunicación, identificar y planificar la usabilidad y la arquitectura de información de un proyecto web y comprender el fenómeno de los nuevos medios y soportes interactivos.

Estará capacitado también, para tomar decisiones y asesorar en la aplicación del ámbito digital en entornos tradicionales de marketing y en nuevos entornos. Será un especialista en el conocimiento del marketing digital y cómo aplicarlo para identificar oportunidades de mercado.

Estará capacitado para emplear internet como medio de comunicación, internet como canal de negocio, herramientas de comunicación en Internet, Comunicación y marketing online. Digital Branding. Web 2.0 y Web 3.0, contenidos digitales: Website. Blog, usabilidad y emprender en Internet.

Condiciones generales

La acción formativa cumple las siguientes condiciones generales: http://www.cfp.upv.es/cond_gen?5

Organizadores:

Responsable de actividad	DIRECTOR ESCUELA POLITÉCNICA SUPERIOR DE ALCOI
Director académico	FRANCISCA SEMPERE RIPOLL
Coordinador	DAVID JUÁREZ VARÓN

Datos básicos:

Dirección web	www.mastermarketingupv.com
Correo electrónico	macom@upv.es
Tipo de curso	MASTER
Estado	IMPARTIÉNDOSE
Duración en horas	420 horas presenciales, 480 horas a distancia
Créditos ECTS	90
Información técnica docente	David Juárez Varón Tlf/Fax: 966.528.467 y Móvil: 606.650.109 Lunes-Viernes: 10:00-14:00 Despacho C1DA2 -Edif. Carbonell - Campus Alcoy UPV
Dónde y Cuándo:	
Dónde	INTERNET
Horario	MAÑANA Y TARDE
Observaciones al horario	Viernes tarde, sábado mañana
Lugar de impartición	Online. Sesiones presenciales voluntarias: VALENCIA Universidad Politécnica de Valencia. Facultad de ADE de la UPV Aula docente: Por determinar. ALCOY Campus de Alcoy Universidad Politécnica de Valencia. Aula docente: Por determinar.
Fecha Inicio	19/10/18
Fecha Fin	31/03/20 La fecha límite para entrega de trabajos, realización de prácticas y otras actividades no lectivas será el 31/03/20
Datos de matriculación:	
Matrícula desde	26/07/18
Matrícula hasta	22/12/18
Inicio de preinscripción	18/05/18
Mínimo de alumnos	15
Máximo de alumnos	100
Precio	4.995,00 euros
Observaciones al precio	4.495€ Público en general desde 1/04/18 hasta 31/08/18 3.145€ Personal UPV desde 1/04/18 hasta 31/08/18 3.145€ Alumno UPV desde 1/04/18 hasta 31/08/18 3.145€ Alumno UPV PLUS desde 1/04/18 hasta 31/08/18 4.045€ Asociaciones empresariales. Colegios profesionales. Club de marketing. desde 1/04/18 hasta 31/08/18 3.595€ Desempleados. Familia numerosa. Minusvalía. desde 1/04/18 hasta 31/08/18 4.995€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€) Público en general 3.495€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€) Personal UPV 3.495€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€) Alumno UPV 3.495€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€) Alumno UPV PLUS 4.495€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€) Asociaciones empresariales. Colegios profesionales. Club de marketing. 3.995€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€) Desempleados. Familia numerosa. Minusvalía. 3.995€ (en un solo plazo): Países de rentas bajas

Profesorado:

ÁLVAREZ RATEIKE, JORGE
 AURA, JORDI RAFAEL
 BAVIERA PUIG, AMPARO
 BAVIERA PUIG, TOMÁS
 CARMONA BENÍTEZ, JAVIER
 CARRIÓN RINCÓN, RAÚL ANTONIO
 FERNÁNDEZ DE VALDERRAMA VALERO, GERARDO
 FERNÁNDEZ MADRID, MARI CRUZ
 FERREIROS BENNETT, PABLO
 GARCÍA MARTÍNEZ, JUAN RUBÉN
 GARCÍA PÉREZ, JOSÉ MANUEL
 GÓMEZ PAREJA, ALEJANDRO
 GONZÁLEZ GIL, ADRIANA ANDREINA
 HERNANDEZ BARBERA, LORENA
 JUÁREZ VARÓN, DAVID
 LINARES PELLICER, JORDI JOAN
 LLEÓ DOLS, LAVINIA ISABEL
 LORENTE SANJUAN, FRANCISCO JAVIER
 MENGUAL RECUERDA, ANA
 MUÑOZ GUILLAMÓN, MARÍA DEL CARMEN
 ORTA LÓPEZ, JORGE
 PEDRO LUIS, ROJAS AGUADO
 PORTILLO POBLADOR, NURIA
 RODRÍGUEZ VILLALOBOS, ALEJANDRO
 ROMERO CARRETERO, ISABEL
 SANCHEZ AZNAR, MARIA DE LOS ANGELES
 SANJUAN SANZ, ALEJANDRA
 SEMPERE RIPOLL, FRANCISCA
 SERRANO GUILLEN, IGNACIO
 TALEGÓN MARTÍN, ALBERTO
 TORREBLANCA DÍAZ, FRANCISCO
 TORRENTE PASTOR, IVÁN
 TRUJILLO RUIZ, FRANCISCO DE BORJA
 VILLENA GUIRAO, FABIÁN

Asignaturas del Curso:

Asignatura	Tipo oferta	Nombre del Grupo	Previsto Inicio	Previsto Fin
EL MARKETING DENTRO DE LA EMPRESA	T	18_19. MDMCE	19/10/18	9/12/18
MARKETING ESTRATÉGICO	T	18_19. MDMCE	16/11/18	30/12/18
LA INVESTIGACIÓN EN EL MARKETING	T	18_19. MDMCE	14/12/18	20/01/19
MARKETING OPERATIVO	T	18_19. MDMCE	11/01/19	3/03/19
MARKETING INTERNACIONAL	T	18_19. MDMCE	8/02/19	17/03/19
PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE MARKETING	T	18_19. MDMCE	22/02/19	31/03/19
PLAN DE MARKETING APLICADO	T	18_19. MDMCE	19/10/18	7/04/19

NUEVAS TENDENCIAS EN MARKETING	T	18_19. MDMCE	22/02/1 9	31/03/1 9
PROYECTO APLICADO	T	18_19. MDMCE	22/02/1 9	4/08/19
INVESTIGACIÓN EN MARKETING	T	18_19. MDMCE	19/10/1 8	31/03/2 0
CREATIVIDAD DIGITAL	T	18_19. MDMCE	22/03/1 9	28/04/1 9
PRODUCCIÓN DIGITAL	T	18_19. MDMCE	5/04/19	5/05/19
DISEÑO WEB	T	18_19. MDMCE	19/04/1 9	19/05/1 9
E-COMMERCE	T	18_19. MDMCE	26/04/1 9	8/06/19
SOCIAL MEDIA	T	18_19. MDMCE	4/05/19	23/06/1 9
INBOUND MARKETING - STORYTELLING	T	18_19. MDMCE	31/05/1 9	30/06/1 9
SEO/SEM: ANALITICA Y GENERACION DE TRAFICO	T	18_19. MDMCE	1/06/19	21/07/1 9
REALIDAD VIRTUAL Y AUMENTADA	T	18_19. MDMCE	28/06/1 9	28/07/1 9
TESINAL FINAL MASTER MARKETING Y COMUNICACION DIGITAL	T	18_19. MDMCE	19/10/1 8	31/12/1 9
PRACTICAS DE EMPRESA	O	18_19. MDMCE	19/10/1 8	31/03/2 0
[O] Optativa [T] Troncal				