

MÁSTER EN DIRECCIÓN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

Breve descripción del curso:

El Máster en Dirección de Marketing y Comunicación Empresarial surge como actualización del mismo título, que ha mostrado una progresiva y creciente aceptación por parte de los alumnos.

El Máster en Dirección de Marketing y Comunicación Empresarial aporta a estudiantes y profesionales emprendedores un conocimiento global de la estrategia de producto y mercado a través de un claustro de profesores con gran experiencia en el mundo del marketing y la comunicación empresarial. Trata de potenciar una actitud proactiva y emprendedora, donde se cubran las necesidades formativas de aquellos profesionales y futuros profesionales que traten de crear con éxito una empresa, seleccionando el mercado al que dirigirse a través de estrategias de diferenciación previamente programadas.

El programa va dirigido a estudiantes y profesionales emprendedores con inquietudes hacia los modelos de negocio de éxito en los mercados actuales tan competitivos.

El equipo de profesores que dirige y coordina el título lleva desde el año 2007 trabajando en el título propio Máster en Dirección de Marketing y Comunicación Empresarial de la UPV, con un profesorado combinado de profesores externos de empresas de prestigio y profesorado interno, y realizando talleres y visitas a empresas. La estrecha relación con empresas permite cubrir sus necesidades formativas, técnicas y de requerimiento de alumnos para incorporación en prácticas o empleo.

Los contenidos se han desarrollado siguiendo una metodología de formación a distancia (formación online o e-learning) sobre la experiencia adquirida por la dirección del título propio Especialista Profesional en Marketing, el título propio Máster en Dirección de Marketing y Comunicación Empresarial y los cursos presenciales y online impartidos en la propia Universidad Politécnica de Valencia. La presentación de los contenidos y la tutorización emplean recursos didácticos disponibles para formación a distancia en las plataformas de la UPV: Policonecta, Polireunión y Poliformat.

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

El principal objetivo del título es proporcionar una visión teórico-práctica de las funciones y aplicaciones del marketing, analizando el mercado (clientes y competidores) para establecer estrategias de producto-mercado que permitan alcanzar el éxito empresarial. Es decir, generar modelos de negocio de éxito.

Con un mayor nivel de detalle, este objetivo se subdivide en los siguientes objetivos:

- Preparar al alumno para la utilización eficiente de los procedimientos y las herramientas de apoyo a las decisiones de marketing.
- Desarrollar las bases para la coordinación de actividades de marketing y para el conocimiento de clientes y consumidores.
- Capacitar al alumno para el análisis de problemas y situaciones y posterior toma de decisiones aplicando lo aprendido en clase, fijando objetivos y metas, indicando estrategias a seguir, planificando acciones y desarrollando sistemas de control.
- Capacitar al alumno para gestionar las fases del marketing-mix, elaborando un plan de marketing a partir de la segmentación que ha hecho del mercado, sea la empresa pública o privada.
- Formar profesionales en el mundo de la comunicación empresarial, que sepan crear opinión en los colectivos que interesan al mundo empresarial (personal, accionistas, proveedores, distribuidores, clientes, público e instituciones)
- Desarrollar las habilidades directivas del alumno, oratoria, presentaciones eficaces y gestión de reuniones.

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:

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.
- 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. Comunicación en la empresa.
Función de la comunicación en la empresa. Identificación de públicos.

Módulo 10. Comunicación estratégica / corporativa.
Estilos y estrategias de comunicación. Identidad e imagen corporativa. Branding.

Módulo 11. Comunicación publicitaria.
La Agencia de Publicidad. La planificación publicitaria. Creatividad y producción.

Módulo 12. Comunicación persuasiva.
Instrumentos de confianza. Internet. Redes Sociales. Comunicación Interna. Comunicación de Crisis.

Módulo 13. Dirección de comunicación.
Estructura del departamento y Plan Integral de Comunicación.

Módulo 14. Desarrollo de habilidades directivas.
Habilidades para mejorar uno mismo, para trabajar en equipo y para dirigir equipos de trabajo.

Módulo 15. Proyecto Aplicado.
Elaboración de un plan de comunicación aplicado en base a los casos presentados en los módulos previos.

PARTE 3

El alumno al matricularse elige entre:

Módulo 16. Investigación en Marketing (Optativa)
Empleo de equipos y software de marketing digital y de neuromarketing. Aprendizaje de elaboración de un plan de investigación: etapas y planteamiento.

Módulo 16. Prácticas Curriculares (Optativa)
El alumno debe de buscar la empresa para desarrollar la práctica u optar a una de las ofertadas por el programa de prácticas del máster.

Módulo 17. Tesina final de máster.
Proyecto final de máster. Tutorías y control de proyecto. Exposición y defensa ante tribunal.

Prácticas extracurriculares disponibles.

Metodología didáctica:

El Máster en Dirección de Marketing y Comunicación Empresarial 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 17 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: Comunicación en la Empresa

Asignatura 10: Comunicación Estratégica/Corporativa

Asignatura 11: Comunicación Publicitaria

Asignatura 12: Comunicación Persuasiva

Asignatura 13: Dirección de Comunicación

Asignatura 14: Desarrollo de Habilidades Sociales y Directivas

Asignatura 15: Proyecto Aplicado

PARTE 3

Asignatura 16: Investigación en Marketing o Prácticas Curriculares (optatividad, elegir una de las dos opciones)

Asignatura 17: Tesina Final Master

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 puede hacer prácticas de investigación en los grupos actualmente activos (líneas de investigación en Estudios de Mercado, Neuromarketing y Marketing Digital) o prácticas curriculares en empresa (el alumno busca la empresa).

Para completar la formación, el alumno realizará una tesina, en el que se cubrirán todas las etapas vistas, trabajando un caso real. La defensa del proyecto puede ser convalidada con prácticas en empresa.

El alumno tiene la opción de realizar prácticas extracurriculares de empresa (el máster dispone de una bolsa de prácticas para alumnos y bolsa de empleo para alumnos y egresados). Si la oferta de prácticas no es suficiente o no se ajusta a las necesidades del alumno, éste puede buscar una empresa para hacer prácticas (condición única: que tenga sede en España y que sean remuneradas).

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 Comunicación Empresarial, 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

- En el Máster en Dirección de Marketing y Comunicación Empresarial te formarás para ser Director de Marketing, Director Comercial o Director de Comunicación Empresarial y serás capaz de implementar una estrategia de producto/mercado que genere éxito en la empresa, realizar análisis de mercados, investigar sobre el comportamiento del consumidor, establecer estrategias de precios, de promociones y de distribución, potenciar la marca, gestionar las redes sociales, maximizar el uso del marketing online/digital y auditar departamentos de marketing.
- Igualmente, éste máster te capacita para afrontar tu disciplina desde la perspectiva marketing, clave en el éxito de negocios como arquitectura, diseño, ingeniería, telecomunicaciones, informática, derecho, medicina, consultoría, etc.

Condiciones generales

La acción formativa cumple las siguientes condiciones generales: http://www.cfp.upv.es/cond_gen?6

Organizadores:

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

Datos básicos:

Dirección web	http://www.mastermarketingupv.com
Correo electrónico	macom@upv.es
Tipo de curso	MASTER
Estado	IMPARTIÉNDOSE
Duración en horas	400 horas presenciales, 500 horas a distancia
Créditos ECTS	90

Información técnica docente	<p>Ámbito Académico: David Juárez Varón Edif. Carbonell - Campus Alcoy UPV Lunes-Viernes: 10:00-18:00</p> <p>Olga Mykhaylyuk Facultad de Administración de Empresas - Campus de Valencia Lunes-Viernes: 10:00-18:00</p> <p>Tlf/Fax: 966.528.467 y Móvil: 606.650.109</p> <p>Ámbito CFP: IVAN FERRANDO GUILLEM Horario de Atención al Público: 10:00h A 14:00h Teléfono: 96 652 84 84 Fax: 95 652 85 33 E-Mail: cfpalcoi@cfp.upv.es Web: www.cfp.upv.es</p>
-----------------------------	---

Dónde y Cuándo:

Dónde	VALÈNCIA
Horario	MAÑANA Y TARDE
Observaciones al horario	viernes tarde, sábado mañana.

Lugar de impartición	<p>SEGUIMIENTO ONLINE: Sesiones presenciales voluntarias a través de la plataforma Policonecta de la UPV.</p> <p>Presencialidad Campus VALENCIA Facultad de ADE de la UPV Aula docente: Por determinar.</p> <p>Presencialidad Campus ALCOY Campus de Alcoy de la UPV Aula docente: Por determinar.</p>
Fecha Inicio	16/10/20
Fecha Fin	31/12/21 La fecha límite para entrega de trabajos y otras actividades no lectivas será el 31/12/21
Datos de matriculación:	
Matrícula desde	4/05/20
Matrícula hasta	10/11/20
Inicio de preinscripción	28/04/20
Mínimo de alumnos	10
Máximo de alumnos	150
Precio	<p>4.995€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€) Público en general 4.495€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€) Público en general desde 15/03/20 hasta 22/09/20 4.495€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€) Asociaciones empresariales.Colegios profesionales.Club de marketing. 4.045€ (en 5 plazos, primer plazo 1.500€) Asociaciones empresariales.Colegios profesionales.Club de marketing. desde 15/03/20 hasta 22/09/20 3.995€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€) Desempleados. Familia numerosa. Minusvalía. 3.595€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€) Desempleados. Familia numerosa. Minusvalía. desde 15/03/20 hasta 22/09/20 3.995€ Países de rentas medias o bajas. 3.495€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€) Alumno UPV 3.145€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€) Alumno UPV desde 15/03/20 hasta 22/09/20 3.495€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€) Alumni UPV PLUS o AAA UPV 3.145€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€) Alumni UPV PLUS o AAA UPV desde 15/03/20 hasta 22/09/20 3.495€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€) Personal UPV 3.145€ (en 5 plazos, primer plazo 1.000€) Personal UPV desde 15/03/20 hasta 22/09/20</p>

Profesorado:

ÁLVAREZ GARZÓN, ROBERTO
 ÁLVAREZ RATEIKE, JORGE
 ATEYEH PÉREZ, FÁTIMA
 AURA ESTEVE, JORDI RAFAEL
 AUSIN AZOFRA, JOSE MANUEL
 BONDIA RAGA, AMI
 CARCELLER FONTESTAD, BEATRIZ
 CARMONA BENÍTEZ, JAVIER
 CAVA SEBASTIÁN, MARÍA ROCÍO
 FERREIRÓS BENNETT, PABLO
 GARCÍA MARTÍNEZ, JORGE
 GARCÍA MARTÍNEZ, JUAN RUBÉN
 GARCÍA PÉREZ, JOSÉ MANUEL
 JUÁREZ VARÓN, DAVID
 LLEÓ DOLS, LAVINIA ISABEL
 LÓPEZ CAZORLA, MARÍA ÁNGELES
 MENGUAL RECUERDA, ANA
 MYKHAYLYUK, OLGA
 RODRÍGUEZ CONDÉS, LUCIA
 RODRÍGUEZ VILLALOBOS, ALEJANDRO
 RUBIO GARCÍA, JAVIER
 SANCHEZ AZNAR, MARIA DE LOS ANGELES
 SEMPERE RIPOLL, FRANCISCA
 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	20_21. MACO M	16/10/20	31/10/20
MARKETING ESTRATÉGICO	T	20_21. MACO M	6/11/20	14/11/20
MARKETING OPERATIVO	T	20_21. MACO M	4/12/20	19/12/21
MARKETING INTERNACIONAL	T	20_21. MACO M	8/01/21	16/01/21
PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE MARKETING	T	20_21. MACO M	29/01/21	30/01/21
PLAN DE MARKETING APLICADO	T	20_21. MACO M	16/10/20	26/02/21
NUEVAS TENDENCIAS EN MARKETING	T	20_21. MACO M	16/10/20	27/02/21

COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA	T	20_21. MACO M	5/02/21	19/02/21
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA / CORPORATIVA	T	20_21. MACO M	20/02/21	20/02/21
COMUNICACIÓN PUBLICITARIA	T	20_21. MACO M	26/02/21	9/04/21
COMUNICACIÓN PERSUASIVA	T	20_21. MACO M	10/04/21	11/06/21
DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN	T	20_21. MACO M	12/06/21	18/06/21
DESARROLLO DE HABILIDADES SOCIALES Y DIRECTIVAS	T	20_21. MACO M	19/06/21	26/06/21
PROYECTO APLICADO	T	20_21. MACO M	5/02/21	2/07/21
INVESTIGACIÓN EN MARKETING	O	20_21. MACO M	1/02/21	18/12/21
TESINAL FINAL MASTER MARKETING Y COMUNICACION EMPRESARIAL	T	20_21. MACO M	16/10/20	31/12/21
PRACTICAS DE EMPRESA	O	20_21. MACO M	16/10/20	31/12/21
LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN EL MARKETING	T	20_21. MACO M	20/11/20	28/11/20

[O] Optativa [T] Troncal