

#### Objetivos

- Emplear las herramientas del marketing como clave del éxito en la estrategia de mercado de una empresa.
- Analizar la información que sirva de apoyo a las decisiones de marketing y ventas.
- Investigar fuentes de conocimiento sobre clientes y consumidores.
- 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, de producto o servicio.
- Establecer estrategias de comunicación empresarial, con el objetivo de crear opinión en los colectivos de interés para la empresa (personal, accionistas, proveedores, distribuidores, clientes, público e instituciones)
- Desarrollar habilidades del alumno en el ámbito personal, para trabajar con un equipo y dirigir personas.

#### 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.

#### Destinatarios

- 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.

#### Contenido

	MÓDULOS DEL MÁSTER	TALLERES PLANTEADOS
ÁREA MARKETING	<b>Módulo 1. El marketing dentro de la empresa</b> Importancia del marketing en la empresa en los escenarios actuales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de un negocio y comunicación</li> <li>• Marca Personal</li> <li>• Neuromarketing</li> <li>• Dyane</li> <li>• Google Forms</li> <li>• Tablas dinámicas Excel</li> <li>• Marketing lateral</li> <li>• Marketing de guerrilla</li> <li>• C.R.M.</li> <li>• Negocios en la red</li> </ul>
	<b>Módulo 2. Marketing Estratégico.</b> Importancia de analizar el entorno, la competencia, el comportamiento del consumidor. Segmentar según interés y posicionar en base a un plan estratégico.	
	<b>Módulo 3. La investigación en el marketing</b> Tipos de investigación. La informática y la estadística aplicada a la investigación del marketing.	
	<b>Módulo 4. Marketing operativo.</b> Lanzamiento de productos y servicios. Gestión del precio. Distribución y trade marketing.	
	<b>Módulo 5. Marketing internacional.</b> Planteamiento estratégico internacional. Estudio y adaptación a mercados internacionales.	
	<b>Módulo 6. Planificación y control de marketing.</b> Análisis de las variables del marketing-mix dentro de los objetivos de la empresa.	
	<b>Módulo 7. Plan de marketing aplicado.</b> Formación de grupos y asignación de tareas. Exposición y defensa ante tribunal.	
ÁREA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL	<b>Módulo 8. Comunicación en la empresa.</b> Función de la comunicación en la empresa. Identificación de públicos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wordpress</li> <li>• SEO</li> <li>• Google Analytics</li> <li>• RRSS</li> <li>• Creatividad</li> <li>• Planificación MsProject</li> <li>• Gestión del tiempo</li> <li>• Presentaciones</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Dirección de reuniones</li> <li>• Negociación</li> </ul>
	<b>Módulo 9. Comunicación estratégica / corporativa.</b> Estilos y estrategias de comunicación. Identidad e imagen corporativa. Branding.	
	<b>Módulo 10. Comunicación publicitaria.</b> La Agencia de Publicidad. La planificación publicitaria. Creatividad y producción.	
	<b>Módulo 11. Comunicación persuasiva.</b> Instrumentos de confianza. Internet. Redes Sociales. Comunicación Interna. Comunicación de Crisis.	
	<b>Módulo 12. Dirección de comunicación.</b> Estructura del departamento y Plan Integral de Comunicación.	
	<b>Módulo 13. Desarrollo de habilidades directivas.</b> Habilidades para mejorar uno mismo, para trabajar en equipo y para dirigir equipos de trabajo.	
	<b>Módulo 14. Tesina.</b> Proyecto final de máster. Tutorías y control de proyecto. Exposición y defensa ante tribunal	
<b>Módulo optativo 01: Prácticas en investigación</b> Participar en grupos de investigación actuales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing Digital</li> <li>• Neuromarketing</li> </ul>	
<b>Módulo optativo 02: Prácticas en empresa</b> Prácticas para el desempeño laboral y crecimiento profesional.		

**Lugar:** Facultad de Administración y Dirección de Empresas – Campus de Vera o Campus de Alcoy – Universidad Politécnica de Valencia (Según edición)

#### Calendario:

**Créditos: Mínimo 60 - Máximo 120**

	EDICIÓN CAMPUS VALENCIA	EDICIÓN CAMPUS ALCOY
<b>Fecha inicio:</b>	Octubre 2017	Enero 2018
<b>Fecha finalización: Defensa TESINA FINAL DE MASTER</b>	Septiembre 2018	Octubre 2018
<b>Fecha disponible para hacer PRÁCTICAS (Empresa o Investigación)</b>	Diciembre 2018	Julio 2019

#### Horario:

Viernes: 16:00 - 20:30 (Conforme a calendario)  
Sábados: 9:00-13:30 (Actividades/seminarios)

#### Metodología

- Semipresencial u ONLINE 100%  
- Formación eminentemente práctica.  
- Documentación de calidad  
- Casos reales.  
- Posibilidad de realización de prácticas.

#### Precio (Posibilidad de pago aplazado)

-Precio general: 4595 euros  
-Asociaciones de Marketing (España): 4295 euros  
-Desempleados, estudiantes o familia numerosa (Residentes en España): 3995 euros  
-Alumni UPV: 3495 euros

#### Alumnos

Plazas limitadas.