

MARKETING DE SERVICIOS

Programa de posgrado

Barcelona, noviembre 2007 - junio 2008







Antonio Ladrón de Guevara
Director

BIENVENIDA

Estimado amigo,
Estimada amiga,

El Posgrado en Marketing de Servicios está pensado para complementar y ampliar tus conocimientos básicos de marketing y desarrollar tu carrera profesional en el creciente sector de los servicios.

¿Sabías que más de la mitad del producto interior bruto generado por la actividad económica en España, al igual que en la mayoría de países desarrollados, se produce en el sector servicios? Además, el sector servicios se mantiene en continuo crecimiento. Los subsectores de telecomunicaciones, servicios bancarios, turismo y servicios profesionales entre otros, experimentan y continuarán experimentando crecimientos muy superiores a los presentados por los sectores industriales y de consumo. Esta es una tendencia a escala mundial, que hace que día a día las empresas de servicios se enfrenten a grandes oportunidades, pero también a grandes retos.

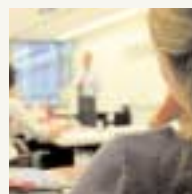
Las empresas de servicios se encuentran hoy en día con la paradoja de que las fórmulas tradicionales utilizadas en marketing de gran consumo han demostrado no ser apropiadas para la promoción y comercialización de los servicios. Esto hace necesario que los directivos de marketing adapten sus estrategias a las especificidades del sector. Es por ello que el IDEC-Universitat Pompeu Fabra te ofrece esta excelente alternativa para desarrollar tu carrera profesional con este novedoso Programa de posgrado en Marketing de Servicios, que complementará tu formación teórica con diversas actividades, como el desarrollo de un plan de marketing tutorizado por un profesor, mini proyectos con empresas del sector, asistencia a conferencias sectoriales, visitas a empresas, foros de debate *on line* y la posibilidad de hacer prácticas en empresas.

Esperamos haber aclarado algunas de tus posibles dudas. Sin embargo, no dudes en solicitarnos más información si la precisas. Estaremos encantados de ayudarte.

Cordialmente,

Antonio Ladrón de Guevara

ES NECESARIO QUE
LOS DIRECTIVOS DE
MARKETING
ADAPTEN SUS
ESTRATEGIAS A LAS
ESPECIFICIDADES
DEL SECTOR
SERVICIOS.



DESDE SU FUNDACIÓN, EL IDEC HA DESTACADO POR LA APUESTA CONTINUA POR LA EXCELENCIA.

El IDEC, en representación propia o de la Universidad Pompeu Fabra, es miembro de las siguientes redes y organizaciones internacionales:

- European Foundation for Management Development (EFMD)
- Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración (CLADEA)
- Red de Educación Continua de América Latina y Europa (RECLA)
- European Universities Continuing Education Network (EUCEN)
- Transatlantic Consortium for Public Policy Analysis and Education (TPC)
- Red Euroárabe de Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo y la Integración (READI)

La Universidad Pompeu Fabra (UPF), pública y fundada en 1990, se integra en el tejido urbano y participa del dinamismo de una ciudad cosmopolita como es Barcelona. Activa y emprendedora, la UPF ha implantado un nuevo modelo de estudios y ha incorporado docentes del más alto nivel tanto de ámbito nacional como internacional.

La UPF imparte docencia en Economía y Administración de Empresas, Derecho, Ciencias Políticas, Ciencias de la Salud y la Vida, Comunicación y Tecnologías de la Información. Comprometida con la investigación y puntera en cuanto al esfuerzo investigador, lidera dos proyectos capitales: el Parc de Recerca Biomèdica y el Parc Barcelona Media.

El IDEC (Instituto de Educación Continua), fundación privada fruto del compromiso con la formación continua de la Universidad Pompeu Fabra y de un grupo de empresas e instituciones punteras, nace en 1993, con vocación global y raíces locales. Los programas del IDEC están diseñados para desafiar a los profesionales de hoy en un entorno de cambio constante, para hacer a los expertos del mañana capaces de modelar el futuro empresarial. La orientación práctica de los cursos y el intercambio de opiniones ayuda a los participantes a aprender desde la experiencia. Empresas líderes en su sector y administraciones públicas colaboran en muchos programas para potenciar este enlace con el mundo profesional.

Desde su fundación, el IDEC ha destacado por la apuesta continua por la excelencia. Es por este motivo que, junto con las principales escuelas de negocios y fundaciones universitarias de Barcelona, ha creado la Asociación para la Calidad de la Formación Permanente (forQ).

Una puerta al mundo

Cosmopolita, plural, moderna y abierta a Europa y al mundo, Barcelona es una ciudad en la que se cruzan diferentes culturas y corrientes. Una ciudad que avanza y que invita a compartir. Una ciudad para vivir en el sentido más amplio de la palabra.

Su mezcla de modernidad y tradición hace que en ella se respire arte y se entrelacen culturas y razas que enriquecen una sociedad cambiante y, a la vez, fiel a su identidad. Además, la ciudad se abre al mar Mediterráneo, ofreciendo al visitante un valor añadido difícil de igualar.

Y si Barcelona es crisol de culturas, también el IDEC vive un espíritu cosmopolita, con participantes de más de 50 nacionalidades y profesorado proveniente de la extensa red que la UPF siempre ha promovido.

La intensa colaboración con universidades de todo el mundo en el desarrollo de proyectos de formación de alcance internacional ha consolidado una red de extraordinario valor que crece año tras año.

Gran parte de la actividad exterior se concentra en Latinoamérica y el Mediterráneo. Así, desde el año 2004, el IDEC cuenta con una delegación permanente en Buenos Aires y, desde el 2005, con un Consejo Asesor que agrupa empresas argentinas, españolas y multinacionales que impulsa la imagen y el conocimiento de las actividades del IDEC.





Objetivos

- Proporcionar a los participantes los conceptos y herramientas específicos de marketing de servicios, tanto en la dimensión teórica como práctica, de aplicación tanto en las empresas del llamado "sector terciario o de los servicios", como en otras empresas, sea cual sea su sector, en las **áreas de Servicio al Cliente**.
- Ofrecer una formación orientada a la toma de decisiones e **implementación de acciones de marketing** dentro del sector servicios y en empresas de otros sectores en las áreas empresariales relacionadas con la posventa.
- Facilitar la **incorporación al mercado laboral**, dentro del sector servicios, a los participantes que aún no tengan experiencia laboral, gracias a los programas de prácticas en empresas, complementarios al posgrado.
- Ofrecer formación complementaria a aquellos profesionales en activo que deseen desarrollarse y promocionarse en el área de **Marketing de Servicios**.

El programa

El **sector servicios** es el principal motor de ocupación en Cataluña y España, generando más del 60% del producto interior bruto, y está en continuo crecimiento. Sus particularidades hacen necesaria una formación específica en marketing para poder responder a los **cambios continuos** que se suceden en los distintos mercados de servicios: financiero, turístico, servicios públicos, servicios no lucrativos, servicios profesionales, comunicaciones, etc.

Este programa pretende cubrir esas necesidades que actualmente tiene el sector. Se trata del primer Posgrado en Marketing de Servicios en Cataluña, y cuenta con la experiencia del IDEC-Universitat Pompeu Fabra y de profesores de importantes Universidades/Escuelas de Negocio de Europa (Dublín, Helsinki, Turín, Lisboa). Tiene además la colaboración docente de miembros de diversas instituciones profesionales como la Asociación de Profesionales de Marketing y la Asociación de Marketing Jurídico que aproximan la realidad del mundo empresarial a sus participantes.

A quién se dirige

El programa se dirige tanto a diplomados y titulados universitarios superiores, preferentemente en Ciencias Empresariales, Economía, Administración y Dirección de Empresas, Investigación y Técnicas de Mercado, Publicidad y Relaciones Públicas, como a personas que posean conocimientos de marketing.



PROFESORADO

Dirección

Antonio Ladrón de Guevara

Director

Profesor titular de Marketing de la Universidad Pompeu Fabra. Ingeniero industrial por la UNED. MBA por el IESA (Venezuela). Doctor en Economía por la Universidad Carlos III de Madrid.

“En las últimas décadas los mercados, cada vez más competitivos y dinámicos, han llevado a una profesionalización del marketing en un intento por desarrollar y mantener ventajas que permitan a las empresas mantener su posición competitiva. Sin embargo, en el sector servicios, que acapara prácticamente las dos terceras partes de la riqueza en los países desarrollados, y con la mayoría de los mercados en continuo crecimiento, las fórmulas tradicionales utilizadas en marketing de gran consumo han demostrado no ser apropiadas.

Las empresas de servicios se enfrentan ahora a los nuevos retos de profesionalización del marketing con las especificidades del sector. Es por ello que en los próximos años el mundo del marketing incorporará a sus filas a profesionales con formación adecuada para diseñar e implementar estrategias y programas de marketing efectivos en el mundo de los servicios. En ese sentido, este posgrado es una alternativa excelente para aquellos que quieran desarrollarse en el sector servicios.”

Miquel Bestratén

Coordinador

Presidente del Comité de Marketing Turístico de la Asociación de Profesionales de Marketing. Responsable de Marketing de la Asociación de Antiguos Alumnos de la Universidad Pompeu Fabra. Máster en Marketing por el Instituto Superior de Marketing, MBA por el Instituto de Empresa.

Isabel Sabadí

Coordinadora

Master en Dirección de Marketing (IDEC-UPF), Posgrados en *e-business* y Marketing por Internet. Socia fundadora y directora Marketing de la empresa de Marketing Interactivo, Iris Experience.

Profesorado

Antonio Almenara

Socio Director del Bufete Ibáñez & Almenara Abogados y Economistas. Presidente de la Asociación de Marketing Jurídico.

Ángel Arias

Presidente de la Cámara de Comercio Hispano Rusa.

Inés Arteaga

Directora Grupo Salones Profesionales y Distribución de Fira de Barcelona.

Miquel Bestratén

Presidente del Comité de Marketing Turístico de la Asociación de Profesionales de Marketing. Responsable de Marketing de la Asociación de Antiguos Alumnos de la Universidad Pompeu Fabra.

Samanta Júdez

Directora de Planificación Estratégica en DDB Barcelona. Directora de Investigación publicitaria en Ipsos.

Antonio Ladrón de Guevara

Profesor titular de Marketing de la Universidad Pompeu Fabra. Doctor en Economía por la Universidad Carlos III de Madrid.

Fabrizio Mosca

Doctor en Dirección de Empresas por Bocconi University Milan, Profesor de Marketing y Estrategia en la Facultad de Economía y la Escuela de Negocios de la Turin University. Consultor para diversos grupos empresariales.

Liliana Navarro

Master en Marketing por EADA. Responsable Marketing y Comunicación en Ibáñez & Almenara Abogados.

Andrew Peter de Lancastr

Profesor y Coordinador de cursos de Marketing en IADE (Lisboa). Investigador de Mercado en UNID-COM (IADE). Consultor de Marketing para diversas organizaciones Portuguesas e internacionales.

Toni Puig Ricart

Asesor de comunicación del Ayuntamiento de Barcelona. Profesor de marketing en el Instituto de Dirección y Gestión Pública de ESADE.

Ana Reventós Gil de Biedma

Account Planner en DDB Barcelona. Responsable de *consumers trends*. Asesora de Marketing y Comunicación para NGO Fundació Natura, Fundació Joan Salvador Gavina.

Maria Ribas

Directora de comunicación del CCCB (Centre de Cultura Contemporània de Barcelona).

Isabel Sabadí

Presidenta del Comité de Marketing Interactivo de la Asociación de Profesionales de Marketing. Socia fundadora y directora de Marketing y comercial de Iris Experience.

Hilppa Sorjonen

Doctor of Science (Economía y Administración de Empresas) en Marketing por Helsinki School of Economics (HSE). Profesor de Marketing en HSE. Investigador en temas de orientación al mercado y aspectos culturales de las empresas y ONGs.

Anna Sergeeva

Jefa del Departamento Jurídico de la Cámara de Comercio Hispano Rusa. Presidenta de la Federación de Entidades Rusas.

Carlos Sousa

Master en Comercio y Doctor en Marketing por University College Dublín. Profesor de Marketing en University College Dublín.

Ignasi Tebé

Director de FormaConsultores S.L. y de SaberPlus S.L. Colaborador asiduo del portal de Microsoft/Empresas y del portal interno de Telefónica.

José Luis Vázquez Burguete

Director del Grupo de Investigación en Marketing e Investigación Operativa (MIO) de la Universidad de León. Miembro fundador y Presidente de la Asociación Internacional de Marketing Público y No Lucrativo (AIMPN).

Munsa Vilalta Cambra

Marketing de Servicios por ESADE y Dirección de Ventas por IESE. Directora General de COMERTIA, asociación catalana de la empresa familiar del comercio.





PROGRAMA ACADÉMICO

Módulo 1. Concepto y naturaleza del marketing de servicios.

- 1.1. El consumidor-cliente: patrones de comportamiento en el sector de servicios.
- 1.2. Servicio versus servicios. ¿Son todas las empresas hoy día, empresas de servicios?
- 1.3. La orientación al cliente: el servicio, en el centro.
- 1.4. Investigación de mercados en el diseño y evaluación de los servicios.

Módulo 2. Fundamentos del marketing de servicios.

- 2.1. Estrategias de segmentación y posicionamiento en la comercialización de servicios.
- 2.2. Implementación de las estrategias de marketing: ¿por qué no son suficientes las 4 "pes" en el sector servicios?
- 2.3. De las 4 a las 8 "pes".
- 2.4. Estrategias.
 - 2.4.1. Estrategias de producto.
 - 2.4.2. Estrategias de precio.
 - 2.4.3. Estrategias de comunicación.
 - 2.4.4. Estrategias de distribución.
- 2.5. El diseño del servicio.
 - 2.5.1. Procesos.
 - 2.5.2. Prestación.
 - 2.5.3. Personas.
 - 2.5.4. Pruebas físicas.

Módulo 3. Gestión de la relación con los clientes y fidelización-retención de clientes (a través del servicio).

- 3.1. Gestión de la relación con los clientes, personalización y gestión del servicio.
- 3.2. Fidelización a través del servicio.
- 3.3. Satisfacción y fidelidad, ¿están unidos?
- 3.4. "La ecuación de la lealtad" = Satisfacción (superación de expectativas) + Privilegios + Sensación de personalización.
- 3.5. Geomarketing y servicios.
- 3.6. Gestión de la base de datos y toma de decisiones geográficas.
- 3.7. Relaciones "en el espacio".

Módulo 4. Estrategias de diferenciación a través del servicio: hacia una "experiencia digna de ser contada" (¡y rentable para la empresa!).

- 4.1. Tendencias e implantación de nuevos modelos.
- 4.2. Servicio al cliente: estrategias directivas de diferenciación a través del servicio.
- 4.3. *Experiental marketing*.
- 4.4. Cómo fijar estándares de calidad en el servicio.
 - 4.4.1. Su impacto en la satisfacción del cliente.
- 4.5. Medir y gestionar la satisfacción del cliente.
- 4.6. Responsabilidad social corporativa: factor diferencial en marketing de servicios respecto a la competencia.

Módulo 5. Sectores de servicios: cómo aplicar con éxito el marketing de servicios.

- 5.1. Marketing de servicios públicos.
- 5.2. Marketing bancario y seguros.
- 5.3. Marketing turístico y ocio.
- 5.4. Marketing de servicios profesionales.
- 5.5. Servicios de empresa a empresa.
- 5.6. Marketing no lucrativo.
- 5.7. Marketing Cultural.
- 5.8 Marketing Hospitalario.
- 5.9 Marketing Servicios Farmacéuticos

Practicum.

1. Tesinas en grupo: desarrollo de un plan de marketing de servicios sobre un proyecto real de una empresa, tutelado por un profesor.
2. Conferencias sectoriales: la aplicación práctica del marketing de servicios.
3. Visitas a empresas.
4. Foros *on line* de debate.
5. Mini proyectos reales de empresas colaboradoras.
6. Simulador de Marketing de Servicios (de Praxis Hispania).
7. Sesiones de *Management* (Liderazgo, Trabajo en equipo, *Coaching*, Presentaciones Eficaces y Negociación).

Evaluación

La evaluación de los alumnos se hará mediante la calificación continua de las distintas actividades que se contemplan en el programa. Un 30% de la evaluación dependerá de la asistencia a las sesiones teóricas de los sábados, y el nivel de asistencia mínimo obligatorio será del 80%. Un 40% de la evaluación dependerá de la participación en las distintas actividades programadas a lo largo del posgrado: foros on line, mesas redondas, discusiones en clases, mini proyectos y simulador de marketing. El 30% restante será la realización y presentación de la tesina en grupo.

Prácticas profesionales

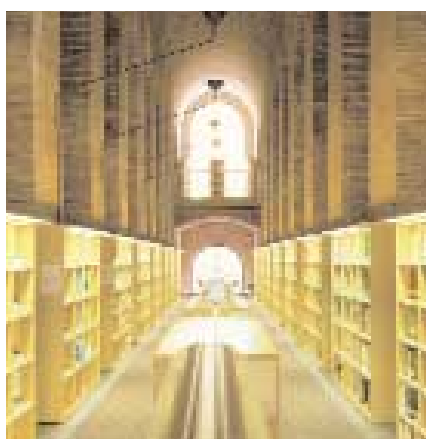
El IDEC-Universitat Pompeu Fabra dispone de un Programa de Prácticas Profesionales orientado a ofrecer a los participantes en los másters y programas de posgrado una formación complementaria a la actividad estrictamente lectiva.

La realización de las prácticas profesionales es optativa. Las prácticas se realizarán paralelamente y en horario compatible con la actividad lectiva. La participación en el Programa de Prácticas Profesionales deberá solicitarse en el momento de la inscripción, estando condicionada la aceptación al número de plazas disponibles y al informe favorable de la dirección del programa.

La experiencia de los participantes

“Me atrajo la clara orientación profesional del Posgrado de Marketing de Servicios del IDEC, con clases los sábados, así como la posibilidad de trabajar en el sector de servicios. Hoy hago prácticas en el Departamento de Marketing de la Cadena de Hoteles Hesperia, gracias a los acuerdos con el programa. El hecho de tener sesiones impartidas por profesores de diversas universidades europeas ha aportado un marco conceptual importante al programa de posgrado, que se ha complementado con diversas actividades prácticas como las visitas a empresas y las mesas redondas, con directivos del sector servicios.”

Mariana Villalobos
Departamento Marketing
Hoteles Hesperia





Antiguos alumnos: punto de encuentro y de intercambio

El valor de la Asociación de Antiguos Alumnos está en las personas que la integran. Un valor que crece año tras año, proyectándose además como un organismo difusor de opinión en el mundo empresarial. En definitiva, una poderosa herramienta de intercambio, contacto y formación que se estructura en agrupaciones sectoriales, según las afinidades de los diferentes colectivos.

Prácticas profesionales: experimentar para aprender

El Servicio de Prácticas Profesionales del IDEC-Universitat Pompeu Fabra, pionero y diferencial, es el complemento ideal a la formación de aula. Y así, mientras los jóvenes titulados universitarios encuentran un camino para acercarse al mundo laboral, las empresas disponen de una selecta fuente de empleados potenciales.

Departamento de Carreras: gestionando el futuro

Con el objetivo de acompañar a los participantes y antiguos alumnos en su desarrollo profesional, el Departamento de Carreras ofrece herramientas de apoyo para definir sus objetivos, para determinar y mejorar las habilidades necesarias y para buscar oportunidades de crecimiento profesional que les permitan alcanzar sus objetivos. Asimismo, ofrece a las empresas el acceso a perfiles de profesionales con formación y experiencia a través del servicio de Bolsa de Trabajo.



Como en casa

Para proporcionar una cálida bienvenida a los participantes no residentes en Cataluña y ayudarles a integrarse en el país y en la institución, el IDEC-Universitat Pompeu Fabra pone a su disposición el Servicio de Bienvenida, con el que, a través de información y sesiones colectivas e individuales, obtienen el apoyo adecuado antes de llegar y durante su estancia.

Instalaciones y servicios

El IDEC-Universitat Pompeu Fabra tiene su sede en el distrito de negocios de Barcelona. Una situación privilegiada, tanto por lo que respecta al dinamismo del entorno como por la excelente conexión con la red de transporte público (Metro, FGC, autobuses). Cuenta con más de 30 aulas, 4 aulas informáticas, conexión WI-FI en todo el edificio y un auditorio con capacidad para 200 personas.

Además, los participantes tienen a su disposición 360 días al año la red de bibliotecas de la Universidad Pompeu Fabra, con más de 500.000 volúmenes, y el Centro de Documentación del IDEC-Universitat Pompeu Fabra, que dispone de la bibliografía básica de los diferentes programas y un punto de acceso al servicio de préstamo interbibliotecario.



Otros programas de interés

Másters

- Marketing
- Marketing Farmacéutico

Programas de posgrado

- Dirección de Marketing
- Marketing
- Marketing Directo e Interactivo



Título

Diploma de posgrado en Marketing de Servicios, expedido por la Universidad Pompeu Fabra. Para obtenerlo, será indispensable la asistencia a clase, la participación en las distintas actividades programadas y la realización satisfactoria de la tesina que se proponga durante el curso.

Requisitos de admisión

Para acceder al **Programa de posgrado de Marketing de Servicios** es necesario ser titulado universitario o graduado con título propio de universidad. Excepcionalmente, podrán acceder otros profesionales en función de su experiencia profesional y del puesto que ocupen en su empresa.

Proceso de inscripción

En primer lugar, es necesario cumplimentar el formulario de admisión *on line* de la página www.idec.upf.edu/dmser. También se puede completar la solicitud de inscripción que está disponible en el apartado inscribirse de la web. Se deberá enviar por correo electrónico a info@idec.upf.edu, por fax (+34) 93 542 18 05, por correo postal (c/ Balmes, 132 08008 Barcelona) o bien entregarla personalmente en la sede del IDEC-Universitat Pompeu Fabra y adjuntar la documentación necesaria que se especifica.

Se abrirá un primer período de preinscripción hasta el 6 de julio de 2007. El IDEC-Universitat Pompeu Fabra seleccionará los aspirantes y comunicará a los seleccionados su admisión en el programa y el período de matrícula. El número de plazas es limitado. Mientras haya plazas vacantes se mantendrá abierta la inscripción.

Los candidatos preseleccionados podrán ser invitados a realizar una entrevista personal o telefónica con la dirección del programa.

Derechos de inscripción

Los derechos de preinscripción son de 90 € a cuenta del importe de la matrícula. Esta cuota se devolverá si el aspirante no es admitido en el curso. El pago se puede realizar en efectivo, mediante cheque nominativo, tarjeta de crédito o transferencia bancaria, en cuyo caso debe remitirse una copia del comprobante de pago al fax (+34) 93 542 18 08, especificando el código numérico del curso- 2227- y el nombre del participante.

Fecha de inicio de las clases

10 de noviembre de 2007.

Fecha de finalización de las clases

28 de junio de 2008.

Horario

Sesiones teóricas: sábados, de 9.00 a 14.00 horas.

Sesiones de management y mesas redondas sectoriales (mensual): jueves, de 19:30 a 21:30 horas
Visitas a empresas (total 4), miércoles o jueves por la tarde.

Tutorías (total de 7 sesiones repartidas entre febrero y junio): fijadas a conveniencia del equipo y el tutor, en día de semana, de 19.30 a 22.00 horas.

Valor académico

30 ECTS*

**European Credit Transfer System*. 1 crédito ECTS equivale a una dedicación total aproximada de 25 horas por parte del participante, incluyendo horas lectivas y trabajo personal.

Importe del programa

3.550 €.

Descuentos

Programa de bonificación sobre el importe de matrícula.

Los miembros de la Asociación de Antiguos Alumnos del IDEC- Universitat Pompeu Fabra tendrán un descuento del 10%.

Financiación

El IDEC-Universitat Pompeu Fabra ha establecido acuerdos con Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, Caixa Catalunya, "la Caixa" y Sabadell Atlántico para la concesión de préstamos por el importe de la matrícula.

Lugar

IDEC-Universitat Pompeu Fabra,
Balmes 132, 08008 Barcelona.

Información y matrícula

IDEC-Universitat Pompeu Fabra
info@idec.upf.edu
Balmes, 132
08008 Barcelona
Telf. +34 93 542 18 50
Fax : +34 93 542 18 08

www.idec.upf.edu/dmser

Los datos contenidos en este documento son a título informativo. Su vigencia deberá contrastarse en el momento de formalizar la inscripción.

Información:

www.idec.upf.edu

Balmes, 132

08008 Barcelona

T: 93.542.18.50

F: 93.542.18.08

E: info@idec.upf.edu

**Patronato
Fundación IDEC**

Abertis

Banco Bilbao Vizcaya Argentaria

Caixa Catalunya

Cambra Oficial de Comerç, Indústria
i Navegació de Barcelona

Capgemini

Consorti de la Zona Franca de Barcelona

Cuatrecasas

Ernst & Young

Fira de Barcelona

Fundació Agbar

Fundació Cercle d'Economia

Fundación Vodafone

Garrigues

Gas Natural SDG

Grupo Novartis España

IBM España

Institut Català del Sol

Instituto de la Empresa Familiar

Port de Barcelona

PricewaterhouseCoopers

Química Farmacéutica Bayer

Sogecable

Telefónica

Universitat Pompeu Fabra