

PROGRAMAS DE ESPECIALIZACIÓN DE MARKETING

Programa de posgrado de Marketing y Publicidad

Programa de posgrado de Marketing y Eventos

Programa de posgrado de Marketing
y Relaciones Corporativas

Programa de posgrado de Marketing
e Investigación de Mercados

Barcelona, septiembre 08 – julio 09





BIENVENIDA

José Luis Crespán

Profesor titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad Pompeu Fabra.

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Autónoma de Barcelona. Programa de Dirección General (PDG) por el IESE.

Director del Máster en Marketing, del Diploma en Marketing y del Diploma en Dirección de Marketing del IDEC-Universitat Pompeu Fabra.

El objetivo básico y común de estos programas es el de proporcionar el conocimiento y la comprensión de las diferentes herramientas con las que gestionar de manera eficaz, eficiente y exitosa, las diferentes áreas de actividad de la organización vinculadas con el Marketing, como son la publicidad, los eventos, la investigación de mercados y las relaciones corporativas.

Estos cursos tienen una clara orientación de perfeccionamiento y especialización profesional, tanto por el diseño de sus contenidos, como por la participación de relevantes profesionales en sus respectivas áreas como profesores.

No es menos significativo el hecho de que la codirección de todos los cursos está asumida por destacados profesionales, tanto por su dilatado y exitoso ejercicio profesional, como por su amplia participación en actividades de formación.

José Luis Crespán

Director Programas de especialización de Marketing

El objetivo específico de este curso es proporcionar el conocimiento del mundo real del marketing y la publicidad mediante las aportaciones de primeros espadas que están dispuestos a transferir sus conocimientos y experiencias.

Se trata de presentar y conocer los 360 grados del marketing y la publicidad y los elementos de razón y pasión que llevan al liderazgo en la actividad.

Codirector

Santiago Jordan

Licenciado en Ciencias de la Comunicación (Publicidad y Relaciones Públicas) por la Universidad Autónoma de Barcelona.

Titulado en Dirección Comercial y de Marketing por la Escuela de Administración de Empresas (ESADE). Consejero delegado del Grupo Le Cirque.

Director general de Yellowstone Advertising, y de Discovery Net.

Profesor asociado de la Universidad Autónoma de Barcelona y de la Universidad de Vic.

Contenidos

- Marketing y publicidad.
- Creación de estrategias.
- Técnicas de negociación entre anunciante y agencia.
- Cómo evaluar el trabajo de la agencia de publicidad.
- Gestión financiera de la agencia.
- Administración del presupuesto de marketing.
- Sistemas de retribución.
- Qué es un buen cliente y qué es una buena agencia.
- Cómo seleccionar una agencia.
- Cómo evaluar la creatividad.

Calendario

Septiembre - diciembre 08.

Horario

Lunes y miércoles de 18.30 a 21.30 horas.

Lengua vehicular

Castellano.

Título

Diploma de posgrado en Marketing y Publicidad por la Universidad Pompeu Fabra.

Valor académico

10 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.

Requisitos de admisión

Título universitario o graduado con título propio de universidad. Asimismo también podrán acceder al proceso de selección otros candidatos sin la titulación universitaria requerida en virtud de sus méritos académicos, profesionales y del lugar de trabajo que ocupen.

Importe

1.850 €.

www.idec.upf.edu/cpub



MARKETING Y EVENTOS

Los eventos de empresa han alcanzado un gran protagonismo como un eficaz instrumento de marketing de las empresas para comunicarse con colectivos vitales de su entorno.

¿Qué son y cómo se utilizan estos eventos de empresa? ¿Cómo crearlos y producirlos? ¿Eventos tácticos o eventos estratégicos? ¿Hay una industria de los eventos de empresa? ¿Cómo es y cómo funciona? Este curso pretende, de una manera muy práctica y de la mano de profesionales de prestigio, acercar los eventos de empresa a todos aquellos que entienden la comunicación como un factor crítico en el éxito de las organizaciones y como una parte indisoluble del marketing de las mismas.

Codirector

Raimond Torrents

Licenciado en Ciencias Empresarias y Máster en Dirección de Empresas (MBA) por ESADE.

Propietario y director general de Compañía de Actos Singulares S.L. (90-01)

Director Ovideo, Bassat, Sports S.A. (91-92) Ceremonias Olímpicas. (91-92)

Socio y director general de Euphon Events S.L. (01-03)

Propietario y director general de Torrents & Friends S.L.

Articulista y conferenciante habitual sobre la organización de eventos en numerosos medios y autor del libro *Eventos de Empresa. El poder de la Comunicación en Vivo* (Deusto-Planeta).

Contenidos

- Marketing y eventos corporativos. Definiciones, Tipos de eventos.
- Los eventos en el mix de marketing. Eventos estratégicos y tácticos.
- La comunicación en vivo, sentidos, emociones y experiencias.
- Diseño de eventos.
- Preproducción y presupuesto. Relaciones con proveedores y clientes.

- El proceso de producción.
- Rentabilidad de los eventos.
- Valoración de resultados. Métodos cuantitativos y cualitativos.
- Las agencias de eventos: Estructura de costes. Formas de retribución. Organigramas habituales. Perfiles profesionales.
- Situación del Sector en España. Tendencias.

Calendario

Enero-abril 09

Horario

Lunes y miércoles de 18.30 a 21.30 horas

Lengua vehicular

Castellano

Título

Diploma de posgrado en Marketing y Eventos por la Universidad Pompeu Fabra.

Valor académico

10 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.

Requisitos de admisión

Título universitario o graduado con título propio de universidad. Asimismo también podrán acceder al proceso de selección otros candidatos sin la titulación universitaria requerida en virtud de sus méritos académicos, profesionales y del lugar de trabajo que ocupen.

Importe

1.850 €.

www.idec.upf.edu/ceven

Es una evidencia que las relaciones corporativas están tomando progresiva importancia en el conjunto de las actividades de marketing de las empresas y organizaciones. El presente curso pretende dar un conocimiento y una formación sobre las relaciones corporativas y su imbricación en la estructura de la empresa y en el conjunto de su actividad.

Para ello se toman y se analizan los fines corporativos e institucionales y la identidad corporativa como la principal materia prima de las relaciones corporativas, y los medios y soportes como los principales instrumentos para la acción.

Codirector

Jordi Padro

Licenciado en Periodismo por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Autónoma de Barcelona.

Jefe de gabinete de prensa y jefe del Gabinete del Rector Gabriel Ferraté UPC. (87-90)

Director de Comunicación y de Imagen Corporativa del Grupo SIDL. (90-95)

División Efímeros, productora de comunicación. En asociación con Leopoldo Pomés. (95-06)

Director de comunicación e imagen corporativa del Ayuntamiento de Santa Coloma de Gramenet.

Contenidos

- Marketing y relaciones corporativas.
- Las relaciones corporativas en la estructura organizativa.
- De las relaciones públicas al director de comunicación.
- Los objetivos corporativos y la gestión de la imagen.
- Investigación, planificación, comunicación y evaluación.
- La importancia de los equipos multidisciplinares: sinergias y rentabilidad.
- Medios y soportes.
- Creación de emociones.
- Impacto y capacidad de generar sorpresa.
- Final de la campaña. ¿Y ahora qué?

Calendario

A determinar

Horario

Lunes y miércoles de 18.30 a 21.30 horas

Lengua vehicular

Castellano

Título

Diploma de posgrado en Marketing y Relaciones Corporativas por la Universidad Pompeu Fabra.

Valor académico

10 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.

Requisitos de admisión

Título universitario o graduado con título propio de universidad. Asimismo también podrán acceder al proceso de selección otros candidatos sin la titulación universitaria requerida en virtud de sus méritos académicos, profesionales y del lugar de trabajo que ocupen.

Importe

1.850 €.

www.idec.upf.edu/crelc



MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Probablemente, no hay ninguna otra herramienta que ayude más a los directivos de marketing de las organizaciones a la hora de tomar decisiones que la investigación de mercados. Éste es el enfoque de este curso y la guía que lleva a articularlo, más allá de sus aspectos técnicos, como una herramienta de gestión.

El curso ofrece a los asistentes una formación sobre la actividad de investigación de mercados que incluye un adiestramiento en la utilización de instrumentos y técnicas de análisis.

Codirector

Manuel Gordillo

Diplomado en Estadística Aplicada a las Ciencias Sociales Departamento de Estadística M. Curie (Sorbone Paris).

Informática Universidad Autónoma de Barcelona. Profesor en AEDEMO, ESMA. U.R.L de Barcelona; IDEC-Universitat Pompeu Fabra.

Director general de CIES – Centro Informático de Estadísticas y Sondeos, S.A.

Más de 220 cursos y seminarios específicos de información estadística, SPSS, análisis de bases de datos relacionales y postrelacionales, informática, geoestadística y análisis multivariable. Creador del software SoftTier, módulos integrados de captura y tratamiento de información en la investigación mediante encuestas CATI, CAPI, CAWI. Módulos de análisis para Minería de Datos, análisis multivariable, etc.

Contenidos

- Marketing e investigación de mercados.
- Introducción al tratamiento de información.
- Tablas dinámicas.
- Posicionamiento.
- Tipologías.

- Segmentación de mercados.
- Análisis factorial.
- Análisis conjunto.
- Escalamiento multidimensional (MDS).
- Análisis de clasificación (cluster).
- Utilización de paquetes (Excel, SPSS, etc.).
- Conocimiento y utilización de un simulador de marketing.

Calendario

A determinar.

Horario

Lunes y miércoles de 18.30 a 21.30 horas

Lengua vehicular

Castellano

Título

Diploma de posgrado en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad Pompeu Fabra.

Valor académico

10 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.

Requisitos de admisión

Título universitario o graduado con título propio de universidad. Asimismo también podrán acceder al proceso de selección otros candidatos sin la titulación universitaria requerida en virtud de sus méritos académicos, profesionales y del lugar de trabajo que ocupen.

Importe

1.850 €.

www.idec.upf.edu/cinvm

Importe

1.850 € cada programa.

Financiación

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

Pasos a seguir

Preinscripción

1. Rellene el formulario de admisión *on line* (ver web específica del programa).
2. Abone 110 € a cuenta de los derechos de preinscripción. Esta cuota es a cargo del importe de la matrícula y se devolverá si el aspirante no es admitido.
3. Envíe el currículum y el título universitario al correo documentacion@idec.upf.edu para poder formar parte del proceso de selección.

Admisión

1. El IDEC y la dirección académica del programa seleccionarán los candidatos con una entrevista personal o curricular.
2. Se notificará la aceptación al programa por escrito.

Matriculación

1. Una vez recibida la carta de aceptación al programa y antes de iniciarse la actividad académica deberá presentarse la documentación:
 - Título universitario compulsado o legalizado
 - Expediente académico
 - Fotografía medida carné
 - Fotocopia del DNI
2. Formalice el importe de la matrícula. Modalidades de pago:
 - Efectivo
 - Cheque nominativo

- Tarjeta de crédito
- 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 y el nombre del participante.

Los códigos son los siguientes:

- Programa de posgrado de Marketing y Publicidad: **3137**
- Programa de posgrado de Marketing y Eventos: **3138**
- Programa de posgrado de Marketing Relaciones Corporativas: **3140**
- Programa de posgrado de Marketing e Investigación de Mercados: **3139**

Información y matrícula

IDEC-Universitat Pompeu Fabra
info@idec.upf.edu
Balmes, 132-134
08008 Barcelona
Tel.: +34 93 542 18 50
Fax: +34 93 542 18 08

- Programa de posgrado de Marketing y Publicidad
www.idec.upf.edu/cpub
- Programa de posgrado de Marketing y Eventos
www.idec.upf.edu/ceven
- Programa de posgrado de Marketing Relaciones Corporativas:
www.idec.upf.edu/crelc
- Programa de posgrado de Marketing e Investigación de Mercados
www.idec.upf.edu/cinvm

Información:

www.idec.upf.edu

Sede central

info@idec.upf.edu

Tel.: +34 93 542 18 50

Fax: +34 3 542 18 08

Balmes, 132-134

08008 Barcelona

**Delegación de
Argentina**

argentina@idec.upf.edu

Tel.: +54 11 4805 5958

Castex 3217

(Museo Metropolitano)

C1425 CDC

Buenos Aires

Argentina

IDEC-UNIVERSITAT POMPEU FABRA

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.

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. El IDEC es un nexo de la Universidad Pompeu Fabra con la sociedad como instrumento de relación con el mundo empresarial, los profesionales y la sociedad en los ámbitos de la alta especialización, la actualización de conocimientos y el reciclaje profesional. En línea con los objetivos propios de la UPF, como universidad pública, en la docencia y la búsqueda, el IDEC ofrece servicios de formación a lo largo de la vida de acuerdo con las necesidades sociales en la forma, en el lugar y en el momento en que se requieran.