

POSTGRADO EN MARKETING Y COMUNICACIÓN

Online

El Postgrado en **Marketing y comunicación** proporciona a los participantes la capacidad de desarrollar, a partir de un escenario real, un completo **Plan de Marketing**, con una integración completa de canales, incluyendo el **entorno digital**.

Objetivos

En el actual entorno empresarial, altamente **competitivo y global**, el marketing está experimentando una intensa transformación. Los consumidores, están fragmentados en segmentos cada vez más exigentes y más informados. La tecnología, en constante y rápida evolución, provoca **cambios en el comportamiento de compra** de éstos, sobre todo de los nuevos, a la vez que proporciona **nuevos canales de comercialización** y herramientas para para medir y conocerles mejor.

Esta eclosión del mundo digital ha dado lugar a un **revolucionario cambio en el marketing**, transformando radicalmente en muy pocos años cada faceta del marketing mix. Como consecuencia, hay una importante demanda creciente en el mercado de profesionales cualificados en marketing con conocimientos también del mundo digital.

Con este programa **practicarás y serás capaz de:**

- Visionar e implementar estrategias competitivas empresariales con la puesta en marcha efectiva, estratégica y táctica, de un Plan de Márketing.
- Adquirir y aplicar en la práctica conocimientos de marketing estratégico y operativo en canales offline y online.
- Utilizar herramientas y técnicas para la gestión efectiva del marketing empresarial.
- Conocer las últimas tendencias y aplicar buenas prácticas de marketing haciendo énfasis en canales digitales.
- Adquirir conocimientos para la elaboración de estudios de investigación de mercados.
- Definir nuevos productos y servicios diferenciales.

Formato: **100% online**

Duración / Créditos: **3,5 meses / 20 ECTS**

Idioma: **castellano (recursos didácticos en inglés)**

Titulación: **título propio de La Salle Open University**

El Postgrado en Marketing y comunicación es un módulo del MBA de La Salle Open University, título estatal del Principado de Andorra de 120 créditos ECTS reconocido en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

Programa académico

Debido a la enorme importancia que tiene el área de marketing en cualquier empresa, el programa se vehicula en un **escenario práctico real**, sobre el que se trabaja durante todo el programa para conocer los elementos clave para la elaboración de un **Plan de Marketing y su puesta en marcha**.

BLOQUE I: Análisi de situación

Tarea 1: Definir la **misión, visión y valores** de la empresa. Objetivo de posicionamiento

Tarea 2: **Análisis de la situación** de la empresa en el mundo online: Externo, competitivo e interno

BLOQUE II: Objetivos y estrategia

Tarea 3: Determinación de los **objetivos generales** y determinación de la **estrategia** de marketing y comercial

Tarea 4: Determinación de los **objetivos específicos** para el entorno online

Tarea 5: Realizar un **estudio de mercado**

Tarea 6: Desarrollar la **estrategia de marketing online**

BLOQUE III: Táctica

Tarea 7: Analizar la **cartera de productos** y el packaging

Tarea 8: Fijación de **precios** de productos

Tarea 9: **Distribución offline**

Tarea 10: **Comunicación offline**

Tarea 11 y 12: Táctica para canales online

BLOQUE IV: Plan de marketing y comunicación

Tarea 13: Calendario, responsabilidades y presentación del **Plan de marketing y comunicación** al cliente

Metodología experiencial learning-by-doing

Los participantes adquieren **competencias, habilidades y conocimientos** gracias al desempeño de un rol funcional o puesto de trabajo dentro de un escenario que simula un proyecto real de empresa.

En cada tarea, los alumnos, trabajando en equipos reducidos, deben confeccionar, argumentar y presentar documentos ejecutivos supervisados por un mentor.

El mentor ofrece soporte mediante videoconferencia, de 2 a 3 veces por semana, en actividades con toda la clase o

con cada equipo individual-mente. El campus virtual proporciona, además, guías paso a paso, foros y diferentes recursos online y multimedia.

La evaluación se realiza en base a la consecución de objetivos y al rendimiento individual y en equipo y no en base a exámenes.

Ver información sobre la metodología en:
www.youtube.com/UOLSTV