

Dirección Comercial y Marketing 4.0. Un enfoque innovador en la era digital Cód. C12

DIRECCIÓN:

María Francisca Blasco López y Miguel Houghton Torralba.

ÁREA EN LA QUE SE INSCRIBE EL CURSO:

Ciencias Sociales.

HORARIO DEL CURSO:

Mañanas de 9:00 a 14:00 horas, de lunes a viernes.

NÚMERO DE ALUMNOS:

40.

PERFIL DEL ALUMNADO:

Estudiantes universitarios, licenciados, ingenieros y profesionales de cualquier sector con interés en el marketing y procesos comerciales en la actualidad (marketing social, sostenibilidad, nuevas tecnologías etc.).

OBJETIVOS:

- Ajustarse a las tendencias más actuales del marketing y ventas modernos.
- Entender que vivimos en una ALDEA GLOBAL y que nada queda fuera del alcance de las nuevas tecnologías (e-commerce, social networks, I.A, etc).
- Asumir una visión global y actualizada en la forma de hacer negocios.

PROGRAMA:

- Marketing Below the Line.
- Big Data en Marketing. Negocios digitales.
- Fundamentos de Marketing desde la perspectiva de las nuevas tecnologías.
- Marketing relacional. Fidelización y CRM.
- Marketing 3.0 y RR.SS.
- Publicidad y dirección de ventas.
- Distribución. Trade Marketing.
- Investigación de mercados y comportamiento del consumidor.

- Creatividad e innovación en las empresas. Branding.
- Comunicación en ventas. Social Community Management.
- Comercio internacional. La internacionalización de la empresa.
- Segmentación y tipología en dirección comercial.
- Posicionamiento estratégico de mercados

ACTIVIDADES PRÁCTICAS:

Casos prácticos continuamente en clase. Talleres y presentación de trabajos finales

PROFESORADO:

- María Francisca Blasco López, UCM.
- Jesús García de Madariaga Miranda, UCM.
- Eric Belloso, Abacus Marketing.
- Miguel Houghton Torralba, UCM.
- Ramón Carrasco Martínez, UCM.
- Nuria Recuero Virto, UCM.
- Pamela Simón Sandoval, UCM.
- Ana Tarquis, UPM.