



Dirección comercial y marketing 4.0. Un enfoque innovador en la era digital Cód. C28

DIRECCIÓN:

Dr. D. Miguel Houghton Torralba.

COORDINACIÓN:

Dra. D^a María Francisca Blasco López.

ESCUELA EN LA QUE SE INSCRIBE EL CURSO:

Escuela de Ciencias Sociales.

HORARIO DEL CURSO:

Tardes de 16:00 a 21:00 horas, de lunes a viernes.

NÚMERO DE ALUMNOS:

40.

PERFIL DEL ALUMNO:

Estudiantes universitarios, licenciados, ingenieros y profesionales de cualquier sector con interés en el proceso comercial en la actualidad (marketing social, comercio electrónico, etc.), con conocimientos en inglés.

OBJETIVOS:

- Este curso, pretende, con las opiniones recabadas tanto de alumnos de años anteriores como de docentes, ajustarse a las tendencias más actuales del marketing y ventas modernos. Los alumnos entenderán que vivimos en una ALDEA GLOBAL y que nada queda fuera del alcance de las nuevas tecnologías (e-commerce, social networks, etc) y que tenemos que asumir una visión global y actualizada en la forma de hacer negocios. Para ello, no sólo contaremos con las lecciones magistrales de profesores universitarios todos expertos en las materias a debatir, sino de conferencias impartidas por profesionales del sector que expondrán y debatirán con los alumnos sus experiencias reales.
- En paralelo a ello, entendemos que esa misma visión global del Marketing y Ventas nos exige a todos un manejo de idiomas mínimo para defendernos. Sin ser un curso de idiomas, impartiremos algunas de las sesiones en inglés, con un profesor de apoyo en esas sesiones que traducirá al castellano los conceptos que en Inglés los alumnos no entiendan suficientemente.

PROGRAMA:

- Introducción a dirección comercial y marketing.



- Marketing Below the Line.
- Fundamentos Marketing desde perspectiva nuevas tecnologías.
- Marketing relacional. Fidelización y CRM.
- Marketing 3.0 y RR.SS.
- Publicidad y dirección de ventas.
- Distribución. Trade Marketing.
- Investigación de mercados & 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.
- Presentación de trabajos, realización de encuestas y entrega de diplomas.

PROFESORADO:

- D^a María Francisca Blasco López, UCM.
- D^a Marta Paredes Martínez, UCM.
- D. Francisco de la Torre Blanco, UCM.
- D. Eric Belloso, Abacus Marketing.
- D. Miguel Houghton Torralba, UCM.