

20ª EDICIÓN (2008-2009)

# MASTER en Marketing

Formación de profesionales en  
Dirección de Marketing y Dirección Comercial

Título propio de postgrado de la  
Universidad del País Vasco (UPV/EHU)



EUSKAL

EKONOMI ETA



Todas las personas que aparecen en este folleto son alumnos/as y profesores/as de las últimas ediciones del Master en Marketing.

[www.ehu.es/ieae](http://www.ehu.es/ieae)



Bizkaiko Foru Aldundia  
Diputación Foral de Bizkaia

FESIDE

Fundación Emilio Soldevilla  
para la Investigación y Desarrollo  
de la Economía de la Empresa



ekonomista  
Ekonomisten Euskal Elkargoa  
Colegio Vasco de Economistas



Universidad  
del País Vasco

Euskal Herriko  
Unibertsitatea

Instituto de Economía Aplicada a la Empresa  
Enpresari Aplikaturiko Ekonomi Institutua

# 20ª Edición



Alumnado de la 19ª edición del Master

## Master en Marketing

### Presentación

El **Master en Marketing de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea** se imparte en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales desde el curso 1989/1990. Está organizado por el Instituto de Economía Aplicada a la Empresa de la UPV/EHU y patrocinado por el Departamento de Empleo y Formación de la Diputación Foral de Bizkaia, la Fundación Emilio Soldevilla para la Investigación y Desarrollo de la Economía de la Empresa (FESIDE) y el Colegio Vasco de Economistas

### Objetivos del Master

Proporcionar una formación integral en Dirección Comercial y Dirección de Marketing a Titulados Universitarios que estén desarrollando labores de dirección en materias afines a las abordadas en el Master (Comercial/Marketing) o que deseen hacerlo.

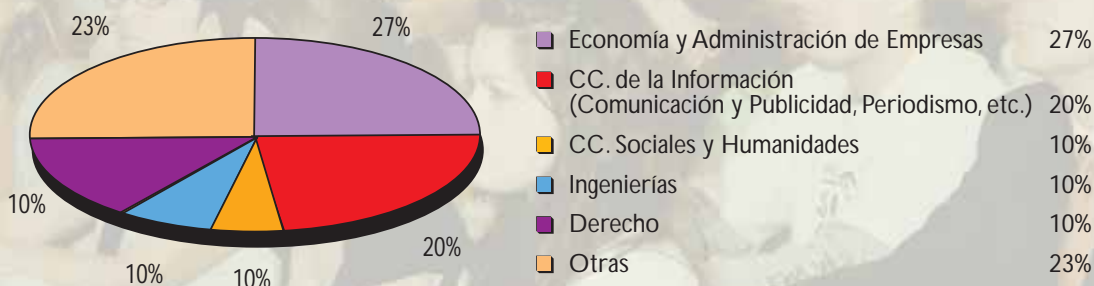
### Destinatarios

Profesionales con Titulación Universitaria, interesados/as en adquirir formación en dirección de marketing/comercial. Preferentemente aquellos/as que estén desarrollando labores de gestión y dirección comercial o de marketing en empresas u organizaciones asimilables.  
Un 20% de las plazas se reservarán para desempleados, pero en cualquier caso se valorará positivamente la experiencia laboral previa, si la hubiera.

### Titulación

Aquellas personas que superen las correspondientes pruebas académicas y respeten el nivel de asistencia mínimo requerido, obtendrán la titulación de **Master en Marketing (Titulo de Postgrado de la Universidad del País Vasco)**

## Distribución del alumnado de la presente edición del Master (19ª edición) por titulaciones



## Metodología

La metodología del curso busca desarrollar la capacidad del alumnado para entender de forma global las particularidades de las distintas áreas de decisión relacionadas con la actividad y los procesos comerciales y de marketing en la empresa. Teniendo en cuenta además, que estas actividades se desarrollan en un entorno cada vez más dinámico, complejo e internacional y en el que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación desempeñan una función muy importante. Igualmente se pretende desarrollar y reforzar habilidades del alumnado tales como la reflexión, el análisis, la comunicación, la negociación, el liderazgo y el trabajo individual y grupal.

Con estos objetivos, el Master en Marketing se desarrolla empleando las siguientes metodologías docentes, orientadas al perfil del alumnado profesional al que se dirige:

- Exposiciones interactivas del profesorado
- Intervenciones programadas o libres del alumnado
- Trabajos tutorizados individuales y de grupo
- Resolución de casos y ejercicios
- Ejercicios de simulación empresarial (Business & Marketing Game)
- Tutorías individuales y grupales
- Conferencias específicas
- Orientación laboral específica.

En las **Exposiciones interactivas**, se presentan por parte del profesorado las distintas materias, (que previamente son puestas a disposición del alumnado en material impreso), contando con apoyo audiovisual y alternando dichas exposiciones con **ejemplos y casos prácticos**, así como con las aportaciones de los/as asistentes.

Las **intervenciones del alumnado**, se estructuran y organizan en función de los dominios técnicos y gerenciales, previamente identificados, que los/as propios/as alumnos/as poseen y aplican en su práctica profesional cotidiana y que de esta manera comparten con el resto de compañeros/as y el profesorado. Paralelamente a estas intervenciones programa-

das de los/as alumnos/as, se promueve e incentiva su participación en la dinámica de las clases.

Una vez finalizada las distintas áreas de que consta el Master, los/as alumnos/as deberán realizar fuera del horario de clase **trabajos prácticos individuales o de grupo** sobre las mismas.

Durante el periodo del Master y sobre todo con la finalidad de facilitar la realización de los trabajos los alumnos podrán realizar **tutorías personalizadas** con el profesorado correspondiente.

En la segunda parte del Master se busca ahondar en el desarrollo de las capacidades de trabajo en grupo, globalización y aplicación de los conocimientos adquiridos mediante la realización en equipo de un **trabajo de simulación de negocios y marketing, competitivo y asistido por ordenador (Business&Marketing Game)** a lo largo de varias semanas. Además, los/as alumnos/as deberán elaborar y defender para la superación del Master y obtención del título correspondiente, un **Plan de Marketing** a modo trabajo o tesina final en el que se pretende que vuelvan a aplicar la totalidad de los conocimientos adquiridos.

A lo largo de todo el curso se celebran **conferencias** impartidas por ponentes de reconocido prestigio profesional, que acercan la realidad de empresas y organizaciones destacables de nuestro entorno al colectivo de alumnos/as.

El alumnado que lo desee podrá asistir a un seminario de búsqueda de empleo o reorientación de la carrera laboral, dirigido a personas que se encuentren en situación de desempleo o a aquellas que deseen recolocarse o reorientar su carrera profesional. Estos alumnos/as tendrán además la opción de un tratamiento de **outplacement** personalizado a sus características y necesidades.

# 20ª Edición



4  
Master en marketing  
2008 | 2009

## Profesorado

El profesorado está integrado por una combinación de: profesores/as doctores/as de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UPV/EHU, expertos en formación a directivos/as y en su mayoría con amplia experiencia profesional; profesores/as de otras universidades (Universidad de La Coruña, Complutense y Carlos III de Madrid, Oviedo, Sevilla, Granada, Québec, etc..) y profesionales externos de reconocido prestigio del mundo de la empresa, de la administración o de la consultoría (ver relación adjunta en este folleto).

## Evaluación

La evaluación del alumnado se hace a partir de dos indicadores diferentes: la asistencia y el rendimiento.

Para obtener el Título es necesario asistir a más del 75 % de las sesiones de cada uno de los cuatro trimestres de que consta el Master y superar de forma individual o en grupo todos los trabajos prácticos que se exigen al finalizar las diferentes áreas lectivas. Además, deberá presentarse un informe general sobre el **Business & Marketing Game** y elaborar, defender y superar un **Plan de Marketing**.

## Duración

El periodo lectivo comienza el 10 de Octubre de 2008 y termina el 19 de Diciembre de 2009.

Periodos vacacionales: Verano: Julio, Agosto y primera mitad de Setiembre; Navidad (tres semanas) y Semana Santa (dos semanas).

## Estructuración del curso

**60 créditos** repartidos de la siguiente manera:

Áreas lectivas:

**32,6 créditos**

Conferencias:

**4 créditos**

Resolución de Casos:

**6,1 créditos**

Business & Marketing Game y

Trabajo fin de Master (Plan de Marketing):

**17,3 créditos**

Adicional: Tutorías y orientación laboral

## Horario de impartición

Viernes de 16:00 a 21:00 horas y  
Sábados de 9:00 a 13:30 horas

## Lugar de impartición

**Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea.**  
C/ Avda. Lehendakari Aguirre, 83 - BILBAO

## Plazo de inscripción y matrícula

Del 19 de Mayo al 11 de Julio y del 1 al 17 de Septiembre

## Lugar y horarios de información, inscripción y matrícula

**Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UPV/EHU.**

Edificio de despachos, 1ª planta, despacho 0C66 (Maribel)

Avda. Lehendakari Aguirre, 83 48015 BILBAO.

Horario: Mayo, Junio y Julio de 10 a 14 h.

Septiembre de 10 a 14 h. y de 15 a 17 h.

Tlfno: 946013708/3707/7012 Fax: 946013710

E-Mail: maribel.garcia@ehu.es

Web: www.ehu.es/ieae

## Lugar de información

**Diputación Foral de Bizkaia. Departamento de Empleo y Formación.** Servicio de Formación.

Obispo Orueta, 6 48009 BILBAO.

Tfnos: 4208056/4208057 Fax: 4208087

Matrícula: **4.250 euros**



Alumnos/as de la edición 19 en el campus de la Facultad



# 20ª Edición

## Programa

### 1. FUNDAMENTOS DE MARKETING

- Introducción al marketing: conceptos
- Evolución de la filosofía, función y proceso de marketing: Orientación a la Producción, al Producto, a la Venta, al Cliente y al Mercado
- La actividad de marketing: áreas de decisión.

### 2. DECISIONES SOBRE PRODUCTOS

- Naturaleza, atributos y dimensiones del producto
- Ciclo de vida del producto y estrategia de Marketing
- Análisis de la cartera: equilibrio y coherencia
- Decisiones sobre productos: modificación y eliminación
- Concepción, desarrollo y lanzamiento de nuevos productos
- Decisiones de Packaging y Marcas
- Gestión de la Calidad Percibida

### 3. DECISIONES SOBRE PRECIOS

- Fijación de precios basada en costes
- Fijación de precios basada en elasticidades
- Análisis del punto muerto
- Fijación de precios basada en objetivos
- Fijación de precios a líneas de productos
- Punto muerto con varios productos
- Clases de precios
- Estrategias de precios

### 4. POLÍTICA DE DISTRIBUCION Y DE VENTAS

- Canales y Estrategias de distribución
- Franquicia
- Logística
- Relaciones Fabricante-Distribuidor en el canal de Consumo
- Merchandising
- Distribución de Productos Industriales
- Organización y Política de Ventas
- Técnicas y Procesos de Negociación Comercial

### 5. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

- Imagen y Posicionamiento.
- El Plan de Comunicación: planteamiento y objetivos
- El Mix de Comunicación: objetivos, instrumentos
- Dirección Publicitaria.
- Marketing Directo, Mailing, Telemarketing.
- Promoción de Ventas.
- Relaciones Públicas.

### 6. DIRECCION ESTRATEGICA Y MARKETING

- Análisis y Diagnóstico (interno y externo)
- Formulación de objetivos
- Formulación y selección de estrategias
- Elaboración, Implantación y Control del Plan Estratégico

### 7. CUESTIONES FINANCIERAS PARA LA DIRECCIÓN DE MARKETING

### 8. PLAN DE MARKETING

- Valor, Objetivos y Contenido de un Plan de Marketing
- Metodología para la elaboración de Planes de Marketing
- Marketing Audit
- Casos Prácticos

### 9. MARKETING RELACIONAL

- Concepto y origen
- Enfoque de transacciones vs. Enfoque de relaciones
- Implementación del enfoque relacional en la estrategia de Marketing: etapas e instrumentos
- Gestión de la Calidad Percibida y Valor para el Cliente
- CRM
- Marketing Directo

### 10. MARKETING EN SECTORES ESPECIFICOS

#### Marketing Industrial

- Mercados y Comportamiento de la clientela industrial
- Estrategia y mix de marketing industrial
- Mk industrial e innovación: fines y funciones
- Nuevas tecnologías
- Estrategias de Innovación

#### Marketing de Servicios

- Características generales de los servicios con incidencia en la gestión de Marketing: Intangibilidad, Inseparabilidad, Caducidad...
- La estrategia de Marketing en empresas de servicios
- El caso de las entidades Financieras: Banca y Seguros
- Marketing Turístico

#### Marketing Farmacéutico

- Industria y mercado farmacéutico
- Desarrollo de nuevos productos farmacéuticos
- El precio en los productos farmacéuticos
- Distribución: mayoristas y cooperativas, oficinas de farmacia, merchandising en la farmacia
- Comunicación: red de ventas, visitas médicas, actos científicos, prensa médica
- Otros aspectos: relación comercial con centros hospitalarios y clínicas, legislación de la publicidad del medicamento

#### Marketing en mercados no lucrativos

- La socialización del Marketing
- Aplicación del Marketing en el ámbito público
- Particularidades del Marketing Político
- Marketing de Ciudades

### 11. MARKETING Y GLOBALIZACIÓN

#### Marketing Internacional

- Introducción: Entorno Internacional
- El SIM Internacional
- Gestión Intercultural: El factor humano en la internacionalización

- El Mix de Marketing internacional
- El Plan de Marketing internacional

**Implicaciones y Aplicaciones de Internet en la Gestión de Marketing**

**Marketing, responsabilidad social y sostenibilidad medioambiental**

- La orientación social del marketing
- Conceptos Generales sobre Gestión Medioambiental
- Competitividad y Medio Ambiente
- El consumidor ecológico: variables definitorias
- Formulación de la Estrategia y del Mix de Marketing Ecológico

**12. INVESTIGACIÓN COMERCIAL, PREVISION DE DEMANDA Y SEGMENTACIÓN DE MERCADOS**

- Introducción: El SIM
- Objetivos y Alcance de la IC
- Etapas del proceso de IC
- Métodos de recogida de información
- Análisis de la información
- Bases de Datos: gestión de los datos sobre clientes
- Métodos subjetivos de previsión de Demanda
- Análisis de series temporales
- Análisis causal
- Segmentación de Mercados: valor, ventajas, técnicas y estrategias de segmentación

**13. MARKETING INTERNO y HABILIDADES DIRECTIVAS**

- Dirección y Organización
- Las decisiones empresariales y el Liderazgo
- Gestión y Satisfacción de Clientes Internos
- Presentaciones eficaces
- Gestión de Reuniones
- Gestión del Tiempo

**14. CREACION DE EMPRESAS**

- Fases y Metodología
- Planes de Negocio

**15. BUSINESS & MARKETING GAME**

**16. ANALISIS Y RESOLUCIÓN DE CASOS PRACTICOS**

Resolución de casos reales en horas de clase, planteando la problemática comercial y de marketing que pueda apreciarse en cada caso.

**17. CONFERENCIAS**

Las conferencias las impartirán catedráticos/as y profesionales de reconocido prestigio nacional e internacional. Así por ejemplo, durante la edición en curso (2007/2008) hemos contado con los siguientes conferenciantes:

**D. Daniel Ros**, Consejero Delegado de ROS & ASOCIADOS  
**Dña. Leire Barañano**, Directora de la Secretaría General del GRUPO EROSKI.

**D. Jose Miguel Alonso**, Socio Director de FOCUS COMUNICACIÓN

**Dña. Mainer Hormaza**, Directora de Marketing de KAIKU  
**D. José Ignacio Hormaetxe**, Director General del GRUPO EVE

**D. Mikel Urizarbarrena**, Presidente de Panda Software  
**D. Luis de Lezama**, sacerdote fundador del Grupo Hostelero Lezama

**Andrés Urrutia**, Presidente de Euskaltzaindia  
**Laureano Simón**, Consejero Delegado de Progénika  
**Carlos Oses**, Director General de Ipar Kutxa

**Alvaro Videgain**, Presidente y Consejero Delegado de Tubacex

**Alberto Fernández**, Director Comercial del Grupo Empresarial Afer

**Eduarne Pasaban**, Himalayista vasca  
**Fidel Asensio**, Director de Seguronce, compañía de Seguros del Grupo Empresarial ONCE

**Fernando García Macua**, Presidente del Athletic Club de Futbol  
**Jose Luis Bilbao**, Diputado General de Bizkaia  
**Pedro Luis Uriarte**, Presidente de Innobasque



Conferencia del Presidente de Panda Software

## Profesorado

### PROFESIONALES DE EMPRESA:

**D. Francisco Adín**  
Socio-Director de SUPPERSTUDIO

**Dña. Marta S. Aguirrezabal**  
Directora General de VITRUVIO LEO BURNET

**D. Patxi Alvarez**  
Directivo y Consultor de ASERLOG (Servicios Logísticos)

**Dña. Adela Balderas**  
Directora de Marketing de TISSA

**Dña. Leire Barañano**  
Responsable de la Secretaría General del Grupo EROSKI.

**Dña. Idoia Belasko**  
Responsable del servicio de orientación para el Empleo del Ayuntamiento de Getxo

**Dr. D. José Ramón Calonge**  
Miembro del Jurado de los EFQM Awards

**D. Agustín Cortés**  
Director Nacional de Ventas de Laboratorios ASTRAZENECA

**D. José Manuel Fernandez Gorostiza**  
Director de IKERFEL

**D. Vicente Gutiérrez**  
Socio Director de GRUPO BENTAS

**D. Santiago Iglesias**  
Socio Director de GIZAKER

**D. Felix Lareki**  
Director Comercial del Grupo REIKIA&BASARRATE

**D. Sabin Linaza**  
Consultor, Sayma Consultores

**D. Javier San Martín**  
Director Gerente de WIDE-WORLD (licencia ITM)

**D. Javier Moreno Oto**  
Gerente de NORHOGAR

**D. Juan Luis Nuñez**  
Director Gerente de PROMOCIONES BILBAO, S.A.

**D. Pedro Pablo Ramos**  
Director de TEA-CEGOS

**Dña. Brigitte Sauvage**  
Socia Directora de ADN Desing

**D. Jesús Sanchez**  
Coordinador general CENTRO COMERCIAL EL BOULEVARD

**D. Jon Urresti**  
Socio Director de GIZAKER

**D. Jaime de Ussía**  
Director Gerente de USSIA-INCOFRAN  
Presidente de la Feria Internacional de Franquicia de Valencia

### PROFESORADO DE LA UPV/EHU

**Dra. Dña M<sup>a</sup> Soledad Aguirre**  
Profesora Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la UPV/EHU

**Dra. Dña Covadonga Aldamiz-Echevarría**  
Profesora Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la UPV/EHU

**Dra. Dña. M<sup>a</sup> Gloria Aparicio**  
Profesora Titular Comercialización e Investigación de Mercados de la UPV/EHU

**Dr. Don Andrés Araujo**  
Catedrático de Economía Financiera y Contabilidad de la UPV/EHU

**Dr. D. Txema Barrutia**  
Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la UPV/EHU

**Dña. Amaia Bañales Mallo**  
Profesora Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la UPV/EHU

**D. Jose Juan Beristáin**  
Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la UPV/EHU

**Dr. D. Jon Charterina Abando**  
Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la UPV/EHU

**Dr. D. Joseba Etxebarria Gangoiti**  
Profesor Titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la UPV/EHU

**Dr. Fco. Javier Forcada**  
Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la UPV/EHU

**Dr. D. Pedro M. Gómez**  
Catedrático de Escuela Universitaria de Comercialización e Investigación de Mercados de la UPV/EHU.

**Dr. D. Patrick Hartman**  
Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la UPV/EHU

**Dr. D. Jesús Matey**  
Profesor Titular de Economía Financiera y Contabilidad de la UPV/EHU

**Dr. D. Pedro Mier**

Profesor Titular de Economía Financiera y Contabilidad de la UPV/EHU  
Director de Marketing para Empresas del grupo AXA SEGUROS E INVERSIONES

**Dra. Dña. Lucía Mediano**

Profesora Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la UPV/EHU

**Dr. D. Julián Pando García**

Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la UPV/EHU

**Dr. D. Iñaki Periañez Cañadillas**

Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la UPV/EHU

**Dña. Maite Ruiz Roqueñi**

Profesora Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la UPV/EHU

**Dña. Susana Tejada Barrenetxea**

Profesora Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la UPV/EHU

**Dña. Sara Urionabarrenetxea Zabalandikoetxea**

Profesora titular de Economía Financiera y Contabilidad de la UPV/EHU

**Dra. Dña. Azucena Vicente Molina**

Profesora Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la UPV/EHU

**Dr. D. Javier Villalba Merlo**

Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la UPV/EHU

**Dr. D. Oskar Villarreal**

Profesor Titular de de Economía Financiera y Contabilidad de la UPV/EHU

**Dra. Dña. Pilar Zorrilla**

Profesora Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la UPV/EHU

### PROFESORADO DE OTRAS UNIVERSIDADES

**Dra. Dña. Lola Frías**

Profesora Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Granada

**Dr. D. Jesús García de Madariaga**

Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad Complutense de Madrid

**Dr. D. Jean Pierre Levy**

Catedrático de Marketing de la Universidad de Québec à Hull (Canadá)

**Dr. D. Enrique Martín Armario**

Catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad de Sevilla

**Dr. D. Valentín Alejandro Martínez**

Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de La Coruña

**Dra. Dña. Leticia Santos**

Profesora Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Oviedo

**Dra. Dña. M<sup>a</sup> José Sanzo**

Profesora Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Oviedo



Alumnos/as de la presente edición en el aula

# 20ª Edición

## Responsable del Master en Marketing

Dra. Dña. M<sup>º</sup> Soledad AGUIRRE GARCÍA

## Coordinadora del Master en Marketing

Dña. Maite RUÍZ ROQUEÑI

## Secretaria del Master en Marketing

Dña. Maribel GARCÍA LOPEZ



Entrega de diplomas de la edición 18

10

Master en marketing  
2008 | 2009



Alumnado de la edición 18 del Master tras el acto de clausura