

Equip docent

Director del programa

Carles Torrecilla Gumbau

Professor del Departament de Direcció de Màrqueting d'ESADE. Doctor en Màrqueting i Investigació de Mercats per la Universitat Abat Oliba CEU. Llicenciat en Administració d'Empreses per ESADE-UPC i Màster en Direcció d'Empreses per ESADE. Director Comercial de Moldiplast, S.L., conseller fundador d'Ecoviritas, S.A. i conseller Fundador de World TourPlatforms.

Professorat

Manel Alfaro Faus

Director i professor del Departament de Direcció de Màrqueting d'ESADE. Llicenciat en Geografia i Història Contemporània per la Universitat Autònoma de Barcelona. MPP per la Graduate School of Business de Stanford. International Teachers Programme a Aix-en-Provence, França. Diploma d'Estudis Avançats (DEA) i doctorand per la Universitat de Saragossa. Autor dels llibres *Gestió rentable de clients* i *Temas clave en marketing relacional*. Soci fundador de Client, Consultors en Màrqueting, consultora especialitzada en màrqueting relacional. Assessor i conseller de diverses empreses industrials i de serveis. Editor de www.marketing-relacional.com.

Ivana Casaburi

Professora del Departament de Direcció de Màrqueting d'ESADE. Doctora en Management Sciences a la Universitat Federico II de Nàpols. Llicenciada en Direcció d'Empreses. Ha desenvolupat bona part de la seva carrera en l'àmbit de la consultoria estratègica, bàsicament en implementació d'estratègies de màrqueting i selecció de nous mercats geogràfics. La seva especialització és el màrqueting internacional.

Marc Cortés Ricart

Col·laborador acadèmic del Departament de Direcció de Màrqueting d'ESADE, en el qual imparteix l'assignatura *e-Marketing Practices*. Llicenciat en Dret per la Universitat Autònoma de Barcelona. Màster en Administració i Direcció d'Empreses per ESADE. Ha desenvolupat bona part de la seva carrera professional com a *Product Manager* a "e-la Caixa". Actualment treballa en una consultora especialitzada en models de gestió basats en la xarxa i el Web 2.0.

Gerard Costa Guix

Professor del Departament de Direcció de Màrqueting d'ESADE. Doctor en Administració i Direcció d'Empreses per ESADE - Universitat Ramon Llull. Llicenciat en Ciències Empresarials i Màster en Administració i Direcció d'Empreses per ESADE. Llicenciat en Ciències Empresarials per ESADE - Universitat Politècnica de Catalunya. Ha estat director de Màrqueting i Vendes a Orbis-Fabri. Soci consultor de Consultclinic, consultoria especialitzada en màrqueting de la salut. Experiència directiva a Rizzoli Corriere della Sera, Bayer, Procter&Gamble i Arthur Andersen.

Antoni Crous Millet

Professor del Departament de Direcció de Màrqueting d'ESADE. Llicenciat en Ciències Químiques per la Universitat de Barcelona. Màster en Administració i Direcció d'Empreses per ESADE. Ha estat director general i fundador d'una empresa de pintures (Hammenite) i director general de l'empresa química multinacional Albright and Wilson Ibèrica (Hunstman), des d'on va liderar l'exportació a l'Àsia, l'Àfrica i l'Amèrica del Sud com a membre del Comitè de Direcció europeu de l'empresa. Actualment és director general d'una companyia de ciments a Espanya.

Per a més informació

Àrea de Formació i Consultoria

Susagna Olcina

Tel. 93 745 12 59

A/e: solcina@cambrasabadell.org

Amb la col·laboració de:



Cambra de Comerç de Sabadell

Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Sabadell

Oficines:

Central
Av. de Francesc Macià, 35
08206 Sabadell
Apt. corr. 119
Tel. 937 451 259
Fax 937 451 254
A/e: formacio@cambrasabadell.org
www.cambrasabadell.org

Xangai
1606-07A Westgate Mall
1038 Nanjing Rd. (W)
Xangai 200041 (R.P. de la Xina)
Tel. 34 937 451 263
Fax 34 937 451 256
A/e: vicente@cambrasabadell.org

Delegacions a:

Barberà del Vallès
Pol. Ind. Can Salvatella
Edifici Nodus
Mogoda, 1-5, local 10
08210 Barberà del Vallès
Tel. 937 297 650
Fax 937 297 651
A/e: barbera@cambrasabadell.org

Castellar del Vallès
Pol. Ind. El Pla de la Bruguera
Centre de Serveis
Berguedà, 43, local 5
08211 Castellar del Vallès
Tel. 937 471 041
Fax 937 471 042
A/e: castellar@cambrasabadell.org

Montcada i Reixac
Pol. Ind. la Ferreria
Av. de la Ferreria, 86-88
08110 Montcada i Reixac
Tel. 935 650 740
Fax 935 650 741
A/e: montcada@cambrasabadell.org

Palau-solità i Plegamans
Folch i Torres, 88-90
08184 Palau-solità i Plegamans
Tel. 938 639 460
Fax 938 639 461
A/e: palau@cambrasabadell.org

www.cambrasabadell.org



Programa de Direcció Estratègica en Màrqueting



Cambra de Comerç de Sabadell

...el vostre suport

Introducció i objectius

La gestió del màrqueting ha evolucionat de manera espectacular els darrers anys, amb noves funcions organitzatives, innovacions pel que fa a les eines i als mitjans a l'abast, noves maneres d'entendre les relacions amb el mercat i l'impacte que han produït les TIC i el Web 2.0.

En aquest entorn, la direcció de màrqueting ha d'afrontar decisions difícils, que exigeixen tenir una visió integrada i fer èmfasi en l'estratègia a llarg termini de l'empresa, com també dominar diversos instruments i tècniques. En aquest sentit, els objectius del programa Direcció de Màrqueting són donar resposta, entre d'altres, a les qüestions següents:

- Com podem assolir una millor orientació al mercat?
- Com podem identificar oportunitats, amenaces i canvis en l'entorn competitiu?
- Quines són les claus per definir una estratègia de màrqueting d'èxit?
- Com es poden aplicar els nous enfocaments estratègics a la gestió de màrqueting i a la relació amb els clients?
- Quines són les implicacions i les oportunitats que ofereix la xarxa a l'hora de planificar activitats de màrqueting?
- Quines són les innovacions i les tendències de futur del màrqueting?

Dirigit a

Aquest programa està especialment pensat per a responsables i directores de les àrees comercial i màrqueting que vulguin fer un repàs conceptual de les diferents estratègies de màrqueting i conèixer les noves tendències en aquesta àrea.

Directors generals, gerents i adjunts a direcció que desitgin aprofundir en el coneixement de l'àrea funcional de màrqueting.

Metodologia

La metodologia es basarà en el treball amb casos pràctics i exercicis a partir d'un marc teòric previ que servirà de referència.

Certificat d'ESADE

Els participants que acreditin una assistència mínima del 80% rebran un certificat de participació i passaran a formar part del col·lectiu d'Antics Alumnes. Tindran, a més, la possibilitat de fer-se socis de l'Associació d'Antics Alumnes ESADE ALUMNI.

Durada, dates i horari

El curs té una durada de 100 hores.

Els dimecres, del 3 de març al 26 de maig de 2010.

De 9 a 18.30h (amb una pausa per dinar).

Lloc d'impartició

Seu central de la Cambra de Comerç de Sabadell

Av. de Francesc Macià, 35 - 08206 Sabadell

Drets d'inscripció

Per formalitzar la preinscripció caldrà emplenar el full de sol·licitud adjunt a aquest programa o bé omplir el formulari corresponent al nostre web www.cambrasabadell.org, adjuntar un breu CV i fer l'abonament dels drets de preinscripció, que són de 600 euros a compte de l'import de la matrícula.

La data límit per inscriure's serà el 19 de febrer, o bé fins que s'exhaureixin les places. El preu és de:

6.600 euros per a participants d'empreses del Vallès Occidental i del Bages, i

11.000 euros per a la resta de participants.

Inclou documentació.

PLACES LIMITADES

La Cambra es reserva el dret de cancel·lar el curs si no s'arribés al mínim d'assistents.

AJUDES, SUBVENCIONS I BONIFICACIONS DISPONIBLES

Per a empreses:

- Bonificacions per formació contínua per la via del finançament de la Fundació Tripartita para la Formació en el Empleo (RD 395/2007, de 23 de març, i OM TAS/2307/2007, de 27 de juliol): www.fundaciontripartita.org

L'import de la matrícula és despesa deduïble en l'IRPF, en el cas dels autònoms, o en l'Impost de Societats. Les despeses de formació també donen dret a una deducció de la quota dels impostos esmentats.

Podeu demanar més informació sobre les ajudes disponibles a l'Àrea de Formació i Consultoria de la Cambra.

NOTA: La finalitat d'aquest catàleg és merament informativa. La Cambra es reserva el dret de modificar qualsevol dels continguts.

Continguts

1. Market-driven Management: el màrqueting estratègic i la innovació

- Plans de màrqueting estratègic i operatiu
- El concepte del màrqueting com a filosofia i funció empresarial
- Les característiques de l'orientació al mercat
- Òptiques d'oferta i de demanda

2. Sistemes d'informació en màrqueting

- El concepte de SIM
- Panorama de metodologies de recollida de dades
- Les entrevistes en profunditat
- Les dinàmiques de grup
- La recerca quantitativa: el qüestionari i la mostra

3. El consumidor/client: estratègies de segmentació i posicionament

- Factors que condicionen el comportament del consumidor
- El procés de compra
- Anàlisi d'enfocaments, aplicació pràctica i nous criteris emergents
- Criteris i variables de segmentació
- El procés de posicionament: enfocament estratègic
- Mapa de posicionament i qualitat en màrqueting

4. Les estratègies de marca i comunicació

- Conceptes introductoris
- La comunicació com a element del màrqueting mix
- La publicitat
- El procés de planificació integral

5. Les estratègies de preus

- El preu des de l'òptica del màrqueting. Mètodes de fixació de preus
- Estratègies de preus en llançament de productes
- La balança d'utilitats i desutilitats
- Els preus en la distribució

6. Productes i serveis

- El model ESADE de dimensions de producte: el concepte de producte, el producte formal i el producte ampliat
- La cartera de productes: organització i classificació

7. Les estratègies de comercialització

- El concepte de comercialització
- L'estructura del sector distribuït i els canals
- Estratègies i tendències
- El *trade marketing*
- La gestió de categories

8. El màrqueting industrial

- Les característiques del sector industrial
- Els processos de compra de les empreses client
- Identificació de variables estratègiques i pla de màrqueting industrial

9. El màrqueting relacional

- La relació com a enfocament de màrqueting
- Del màrqueting tradicional al màrqueting relacional
- La satisfacció i la fidelització dels clients

10. Low cost i màrqueting en línia

- El concepte de *low cost*
- El *low cost* com a condicionament de la conducta del consumidor i de la presa de decisions
- Les noves interrelacions entre clients, productors i intermediaris
- Màrqueting en línia vs. màrqueting tradicional
- Web 2.0
- L'ús de noves eines (blocs, nanoblocs, xarxes socials, RSS, etc.)

11. El màrqueting internacional

- Globalització i internacionalització
- Estratègies d'internacionalització
- El cicle de vida del producte internacional

12. El màrqueting de la multinacional vs. el màrqueting amb pocs recursos

- El modest *budget in marketing*
- Planificació, creativitat i imaginació amb pocs recursos
- Alternatives a les estratègies de comunicació i promoció tradicionals
- El màrqueting de la multinacional orientat al gran consum
- La gestió del pla de màrqueting a les multinacionals
- Avantatges i inconvenients

Francisco Gil Carmona

Col·laborador acadèmic del Departament de Direcció de Màrqueting d'ESADE. Llicenciat en Filosofia i Lletres. Diplomada Superior Especialista en Didàctica de les Ciències Socials. Doctorand en Didàctica de les Ciències Socials. Director pedagògic de l'Escola del Gremi de Pastisseria de Barcelona i director del Museu de la Xocolata de Barcelona. Expresident del Col·legi Oficial de Doctors i Llicenciats en Filosofia i Lletres i Ciències de Sabadell. Soci fundador de la consultora estratègica de màrqueting InCrescendo Consulting.

Ignacio Guitart Felip

Professor del Departament de Direcció de Màrqueting d'ESADE. Llicenciat en Dret per la Universitat de Barcelona, i Màster en Direcció i Administració d'Empreses per ESADE. Va desenvolupar la primera part de la seva carrera professional com a *Legal Manager* en posicions d'organització, com a adjunt al conseller delegat, i *Country Manager* en multinacionals i grans empreses dels sectors immobiliari i de la distribució. Posteriorment, va crear una empresa de consultoria en estratègies de màrqueting i agència.

Salvador López Jiménez

Col·laborador acadèmic del Departament de Direcció de Màrqueting d'ESADE. Llicenciat en Ciències Econòmiques i Empresariales per la Universitat Pompeu Fabra. Actualment desenvolupa la seva activitat professional com a analista de mercats sènior en una empresa del sector farmacèutic.

Juan Carlos Martínez Gimena

Col·laborador acadèmic del Departament de Direcció de Màrqueting d'ESADE. Llicenciat en Ciències Empresariales i Màster en Administració i Direcció d'Empreses per ESADE. Programa de Direcció Comercial i Tècniques de Venda (Foment del Treball). Actualment desenvolupa la seva activitat professional en l'àmbit de la consultoria.

José Luis Martínez Rojano

Llicenciat en Ciències Empresariales i Màster en Administració i Direcció d'Empreses per ESADE. Estudis de *Marketing and Business Strategy* per la University of British Columbia (UBC), al Canadà, i de *Management des Arts et de la Culture* per la HEC, a París. Ha desenvolupat part de la seva carrera professional en empreses de gran consum. Ha estat director gerent de l'Associació de Promotors Musicals (APM).

Jordi Molina Capella

Professor del Departament de Direcció de Màrqueting d'ESADE. Llicenciat en Ciències Empresariales i Màster en Direcció d'Empreses per ESADE. Programa Internacional de *Management* (HEC, París). Director del Programa de Direcció i Gestió de Màrqueting, a Barcelona i Madrid, d'ESADE *Executive Education*.

Beatriz Soler Bigas

Professora del Departament de Direcció de Màrqueting d'ESADE. Llicenciada i Doctora en Psicologia per la Universitat de Barcelona. *Programme for Executive Development, International General Management* per l'IMD, Suïssa. *European Marketing Management Programme* per l'INSEAD, França. CPCL per la Harvard Business School, Estats Units. Directora del Centre de la Marca d'ESADE. Directora del programa *Brand Development* d'ESADE *Executive Education*.

Josep-Francesc Valls Giménez

Professor del Departament de Direcció de Màrqueting i del Centre de Direcció Turística d'ESADE. Director del Simposi Internacional de Turisme d'ESADE. Doctor en Comunicació per la Universitat Autònoma de Barcelona. Llicenciat en Història Contemporània per la Universitat de Barcelona. Postgraduat en Finances, Estudis Europeus i en Comunicació Empresarial. Director del programa Direcció i Gestió Turística d'ESADE *Executive Education*. Autor de diversos llibres relacionats amb la gestió, el mercat turístic i el fenomen *low cost*.