



Título de la Universidad Politécnica de Valencia
**Máster de Formación Permanente en
Dirección de Marketing
y Comunicación Empresarial**



XVII EDICIÓN



¿Quieres ser el nuevo Director/-a de Marketing y/o Comunicación Empresarial del siglo XXI?

ma:
com

MARKETING &
COMUNICACIÓN
EMPRESARIAL



UNIVERSITAT
POLITÀCNICA
DE VALÈNCIA



XVII EDICIÓN



Datos generales

El Máster de Formación Permanente en Dirección de Marketing y Comunicación Empresarial forma a l@s alumn@s con los conocimientos y competencias de **director/-a de departamento de marketing y/o comunicación empresarial**, con una visión estratégica del mercado, las herramientas para dirigir acciones, alineadas con un plan de comunicación y una visión digital del marketing.

ma:
com

Duración:

Octubre 2025 a Diciembre 2026. 90 ECTS.

Modalidad:

Semipresencial (viernes+sábado) u ONLINE 100%

Dirigido a:

- Técnicos de marketing y/o comunicación que quieran ampliar conocimientos y profesionalizarse en su puesto de trabajo.
- Técnicos comerciales que aspiren a ampliar su visión del mercado y disponer de herramientas para mejorar sus ventas.
- Titulados universitarios: Marketing, ADE, Publicidad, Psicología, Turismo, Diseño, Arquitectura, Ingeniería, Periodismo, Derecho o Informática.





Objetivos generales

- Emplear las herramientas del marketing como clave del éxito en la estrategia de mercado de una empresa.
- Analizar la información que sirva de apoyo a las decisiones de marketing y ventas.
- Investigar fuentes de conocimiento sobre clientes y sobre el comportamiento del consumidor.
- Gestionar las fases del marketing-mix, elaborando un plan de marketing a partir de la segmentación que ha hecho del mercado, sea la empresa pública o privada, de producto o servicio.
- Establecer estrategias de precios, de promociones y de distribución, potenciar la marca, gestionar las redes sociales, maximizar el uso del marketing online/digital y auditar departamentos de marketing.
- Establecer estrategias de comunicación empresarial, con el objetivo de crear opinión en los colectivos de interés para la empresa (personal, accionistas, proveedores, distribuidores, clientes, público e instituciones)
- Desarrollar habilidades para trabajar con un equipo y dirigir personas.

Salidas profesionales:

- Director de Marketing, Director Comercial o Director de Comunicación Empresarial
- Igualmente, éste máster te capacita para afrontar tu disciplina desde la perspectiva marketing, clave en el éxito de negocios como arquitectura, diseño, ingeniería, telecomunicaciones, informática, derecho, medicina, consultoría, etc.



Titulación:

El alumno recibe un certificado de aprovechamiento de cada materia y tras finalizar con éxito, obtendrá el título de Máster de Formación Permanente en Dirección de Marketing y Comunicación Empresarial por la Universidad Politécnica de Valencia. Título de Formación Permanente de la Universidad Politécnica de Valencia con opción de **DOBLE TÍTULO OFICIAL (Consultar)**.



* Opción de título apostillado

Profesorado y tutorías:

- El programa máster cuenta con un equipo docente de prestigiosos profesionales en activo que le dan un carácter eminentemente práctico, así como profesionales del ámbito de la formación, para una mejor tutorización del alumnado (acompañamiento a lo largo de todo el curso, creando un vínculo de unión y una vía de comunicación bidireccional).
- Cada uno de los módulos cuenta con un profesor responsable, especialista en la materia y que se encarga de mantener actualizados los contenidos así como de las sesiones presenciales y de aquellas dudas que puedan necesitar una explicación adicional.



Contenido:

MÁSTER			INICIO/FIN	MÓDULOS	TALLERES PLANTEADOS
	ESPECIALIZACIÓN EN MARKETING	Octubre	Módulo 01.	El marketing dentro de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> Creación de un negocio y comunicación Marca Personal Gandía Barbwin Google Forms Tablas dinámicas Excel Marketing lateral Marketing de guerrilla C.R.M. Negocios en la red Marketing Digital Neuromarketing
			Módulo 02.	Marketing Estratégico	
			Módulo 03.	La investigación en el marketing	
Módulo 04.			Marketing operativo		
Módulo 05.			Marketing internacional		
Módulo 06.			Planificación y control de marketing		
Módulo 07.			Nuevas tendencias en marketing		
Módulo 08.			Plan de marketing aplicado		
ESPECIALIZACIÓN COMUNICACIÓN EMPRESARIAL	Enero	Módulo 01.	Comunicación en la empresa	<ul style="list-style-type: none"> Wordpress SEO /SEM + RRSS Google Analytics Creatividad Marketing Digital E-commerce Planificación MsProject Gestión del tiempo Liderazgo y trabajo en equipo. Negociación Dirección de reuniones 	
		Módulo 02.	Comunicación estratégica/corporativa		
		Módulo 03.	Comunicación publicitaria		
		Módulo 04.	Comunicación persuasiva		
		Módulo 05.	Dirección de comunicación		
		Módulo 06.	Desarrollo de habilidades directivas		
	Junio	Módulo 07.	Proyecto Aplicado		
	Septiembre	Módulo 16. (OPTATIVO)	O1: Investigación en Marketing O2:Prácticas Curriculares	<ul style="list-style-type: none"> Neuromarketing Marketing Digital 	
		Módulo 17.	Tesina Final de Máster		
		Diciembre	Módulo optativo.		Prácticas en empresa



NIVELES ALCANZADOS	1	2	3	4	5
MARKETING	■	■	■	■	■
COMUNICACIÓN	■	■	■	■	■
MARKETING DIGITAL	■	■	■	■	■
NEUROMARKETING	■	■	■	■	■



Contenido desarrollado:

Módulo 1. El marketing dentro de la empresa.

El concepto de marketing y su evolución en la empresa. Cómo ayudarnos del marketing para generar un modelo de negocio de éxito. La relación del marketing con la comunicación empresarial y con las ventas.

Módulo 2. Marketing estratégico.

El concepto de estrategia de mercado. La importancia de un análisis de la situación de partida para crear un negocio o lanzar un nuevo producto/servicio (análisis interno y externo). El enfoque hacia el mercado a través de la segmentación y el posicionamiento. La clave: la diferenciación. El conocimiento profundo del consumidor y sus hábitos ayudará a tomar decisiones.

Módulo 3. La investigación de mercados.

La investigación comercial como fuente de información para el desarrollo de futuras acciones. La importancia de conocer qué quiere el mercado (a través de análisis cuantitativos) y por qué toma las decisiones (a través de estudios cualitativos). Trabajos de campo y estudios online.

Módulo 4. Marketing operativo.

Conversión de la estrategia en acciones planificadas. Planteamiento del marketing mix, para lanzar de manera coordinada la gama de productos/servicios ideales para cada mercado, adaptando precios y puntos de venta (distribución) en base al mercado objetivo. Finalmente, definir cómo comunicar para que nuestros consumidores se sientan atraídos.

Módulo 5. Marketing internacional.

¿Interesa vender en mercados exteriores? ¿Hay que adaptar nuestros productos/servicios por temas culturales, económicos y sociales? ¿Qué mercado es el ideal? ¿Negociar es igual que en el país de origen? ¿Hay problemas para exportar al mercado exterior objetivo?

Módulo 6. Planificación y control de marketing.

Es necesario establecer indicadores (KPIs) para poder conocer el nivel de éxito logrado con las acciones llevadas a cabo. Esto permite controlar todas las acciones de marketing y comunicación y así poder profundizar o corregir en aquello que se ha planteado a nivel operativo.



Contenido desarrollado:

Módulo 7. Nuevas tendencias en marketing.

El mercado es cambiante (hábitos de consumo, aspectos medioambientales, aspectos sociales, nuevas políticas y nuevas leyes, evolución económica o influencia de las nuevas tecnologías en la comunicación). Entender cómo nuestra estrategia de mercado se debe adaptar al cambio es la clave. ¿Qué es lo último en dicha adaptación? ¿Puedo hacer uso de ello?

Módulo 8. Plan de marketing aplicado.

La unión de todas las fases previas y una correcta planificación temporal de su puesta en marcha, ofrece una guía importante para desarrollar el negocio futuro o lanzar con éxito nuevas líneas de producto/servicio en los mercados actuales o en los nuevos planteados.

Módulo 9. Comunicación en la empresa.

La comunicación en la empresa es clave. La empresa tiene varios públicos objetivo (internos y externos) y la correcta gestión de la comunicación permitirá lograr con éxito las estrategias planteadas. Los problemas de toda organización suelen estar causados por una incorrecta comunicación (relaciones entre compañeros y departamentos o relaciones con clientes y proveedores).

Módulo 10. Comunicación estratégica y corporativa.

La estrategia en comunicación facilitará la venta. La organización ha de ver reflejada su cultura en la comunicación. La correcta definición de los valores de la empresa y su reflejo en la marca y en todo aquello que la comunique son clave.

Módulo 11. Comunicación publicitaria.

La comunicación externa puede apoyarse en diferentes medios de comunicación pagados (con diferentes soportes, tanto físicos como digitales), que requieren de una correcta gestión presupuestaria y una planificación alineada con las campañas de lanzamiento de productos/servicios. ¿Qué medios y soportes hay disponibles? ¿Dónde puede estar mi consumidor? ¿Qué presupuesto tengo? ¿Cuánto tiempo necesito para tener un retorno traducido en consultas y pedidos? Las respuestas están en una correcta comunicación publicitaria.



Contenido desarrollado:

Módulo 12. Comunicación persuasiva.

Persuadir es convencer mediante una exposición de argumentos. Frente a la comunicación publicitaria, que requiere de presupuesto elevado y puede resultar invasiva y poco eficiente, están disponibles otras ramas de la comunicación con gran eficiencia que sirven para captar la atención de nuestro consumidor y mejorar su percepción hacia nuestra marca, hasta convertirla en la opción número uno en la decisión de compra. Acciones como el patrocinio, la organización de eventos, las relaciones públicas, la venta personal, las promociones, el marketing directo el merchandising o internet, son fiel reflejo de una comunicación atrayente.

Este módulo se extiende con un intensivo de marketing digital, que abarca creatividad digital, producción digital, diseño web, redes sociales, SEO/SEM, e-commerce y marketing de contenidos.

Módulo 13. Dirección de comunicación.

Este perfil profesional ha de gestionar políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación, tanto internas como externas, para poder organizarlo y planificarlo de manera exitosa.

Módulo 14. Habilidades sociales y directivas.

La clave en cualquier puesto de trabajo es la actitud. Las habilidades para trabajar de una manera eficiente (gestión del tiempo, toma de decisiones, control de estrés, etc.), habilidades para trabajar con personas (interacción personal, asertividad, trabajo en equipo, etc.) y habilidades para dirigir personas (delegación, negociación, motivación, liderazgo, trato de conflictos, dirección de reuniones, etc.) nos capacitan para un correcto desempeño laboral en cualquier puesto de la organización y facilita la proyección profesional hacia puestos directivos.

Módulo 15. Proyecto aplicado.

Aplicación práctica de los módulos 01 a 05, en conjunción con los módulos 01 a 08.

Módulo 16. OPTATIVO

Optativa 01. Investigación en marketing.

Posibilidad de aplicar un proceso de consultoría digital y/o neuromarketing a la empresa del alumno u otra empresa, en base a sesiones formativas sobre la materia y las herramientas.

Optativa 02. Prácticas curriculares. 450 horas de prácticas (18 créditos). El alumno ha de buscar la empresa u optar a la oferta del programa máster.

Módulo 17. Tesina final de máster.

Unión del Proyecto Final de Máster y el Proyecto Aplicado en un documento conjunto, preparado para su defensa delante de un tribunal.



Metodología:

La metodología implantada se denomina “Blended learning” (aprendizaje mixto), que combina lo positivo de la formación presencial (socialización-interacción con los participantes, tutoría presencial, entrenamiento de habilidades, evaluación continua, feedback, etc.) con lo mejor de la formación a distancia (materiales para el aprendizaje autónomo, actualización constante de conocimientos, interacción, rapidez, flexibilidad, etc.)

Esta mezcla de canales de aprendizaje enriquece el método formativo, permite individualizar la formación a cada uno de los destinatarios y cubrir más objetivos del aprendizaje. Conviene destacar que, en gran medida, el éxito de esta modalidad educativa depende del soporte humano con que cuenta. La interacción continua entre todos los participantes (alumnos, coordinadores y profesores) es vital para el éxito en la implementación de esta metodología.

Las sesiones presenciales, programadas los viernes por la tarde y sábados por la mañana, se pueden seguir en directo desde el campus de la Universidad o bien desde casa a través de internet. En el caso de que el horario no sea compatible con el del participante, éste las podrá ver en diferido en cualquier momento (grabación de sesiones).

Trabajo fin de máster y Graduación:

El trabajo fin de máster será defendido delante de un tribunal en el mes de septiembre. Consta de un proyecto real y puede ser convalidado con prácticas en empresa (opcionales – remuneradas).

La graduación será en el mes de julio.

Prácticas de investigación:

El alumno tiene la opción de realizar prácticas de investigación en neuromarketing y marketing digital.



Precio:

	PRECIO GENERAL	ASOCIACIONES EMPRESARIALES	DESEMPLEADOS, ESTUDIANTES o FAMILIA NUMEROSA	ALUMNI UPV
MÁSTER	5295 euros	4795 euros	4295 euros	3795 euros
ESPECIALIZACIÓN:	2995 euros	2795 euros	2495 euros	1995 euros

Posibilidad de pago aplazado:

Máster: 5 recibos / cada 2 meses (equivalente 10 mensualidades).

Especialización: 3 recibos / cada 2 meses (equivalente 6 mensualidades).

Financiación UPV - 0% interés.

10% Descuento: 1 único pago (hasta 31 julio – España /31 agosto – Latinoamérica)

Modalidades de pago:

Transferencia bancaria, ingreso en cuenta (recibo) o tarjeta.

Lugar de impartición:

Valencia: Centro de Formación Permanente (CFP) – Campus de Vera

Alcoy: Campus de Alcoy – Universidad Politécnica de Valencia

APLICA:

ASESORÍA GRATUITA

www.agentesuniversitarios.com



Otros títulos formativos ofertados:

MÁSTER DE FORMACIÓN PERMANENTE (Postgrado)

Máster en Marketing y Comunicación Digital – 90 créditos ETCS

Máster en Neuromarketing Aplicado – 90 créditos ECTS

Máster en Comunicación Digital y Experiencia de Usuario (UX/UI) – 90 créditos ECTS

Máster en Neurocomunicación y Neuroventas – 90 créditos ECTS

DIPLOMAS DE ESPECIALIZACIÓN (Postgrado – Ampliable a Máster)

Especialización en Comunicación Digital – 30 créditos ECTS

Especialización en Neuromarketing – 30 créditos ECTS

DIPLOMA DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA (Compatible Grado)

Marketing – intensificación Marketing Digital – 30 créditos

Marketing – intensificación Neuromarketing – 30 créditos

Marketing – intensificación Marketing y Comercio Internacional – 30 créditos

APLICA:

ASESORÍA GRATUITA

www.agentesuniversitarios.com

El Máster en Dirección de Marketing y Comunicación Empresarial de la Universidad Politécnica de Valencia es un título de Formación Permanente (perfil profesional). Esto implica que contamos con profesores que son profesionales y trabajan en aquellas materias en las que imparten docencia. **La transmisión de practicidad es increíble** y es nuestro valor diferencial.

Tenemos varias líneas de investigación (en marketing digital y en neuromarketing). Por ello, existe la **posibilidad de obtener una DOBLE TITULACIÓN OFICIAL** en base a acuerdos de convalidaciones/homologaciones de materias con diferentes universidades, por si más adelante estás interesado en hacer doctorado.