

INFORMACIÓN GENERAL

FECHAS Y LUGAR DE REALIZACIÓN. El Seminario se celebrará los días 14 y 15 de Octubre de 2008 en las instalaciones del IE Business School situadas en la Calle Castellón de la Plana, Madrid, según el horario que figura en el programa.

DOCUMENTACIÓN. Todos los asistentes a la conferencia recibirán el material didáctico que se utilice en las jornadas. Esta documentación será un manual de obligada consulta para resolver cualquier duda o interrogante sobre el tema.

DERECHOS DE INSCRIPCIÓN. El precio total del programa será de 1.850 euros, incluyendo además de su asistencia a las sesiones, la documentación, el almuerzo y los cafés. Los Antiguos Alumnos de Programas Master del IE Business School, podrán acceder a una bonificación del 10% y para miembros de la Asociación de Antiguos Alumnos del IE Business School la bonificación será del 30%.

CANCELACIONES. En caso de no poder asistir al curso una vez formalizada la matrícula, se devolverá el 90% del importe, siempre que se comunique con al menos, tres semanas de antelación a la fecha del inicio. La sustitución de la persona inscrita por otra de la misma empresa podrá efectuarse hasta el día anterior al del inicio del curso.

CERTIFICADO

Los participantes recibirán un certificado acreditativo de su participación en el seminario.

ALOJAMIENTO

Con objeto de facilitar el alojamiento a las personas de fuera de Madrid, el IE Business School mantiene acuerdos de colaboración con diferentes hoteles próximos a la Escuela, donde se ofrecen interesantes descuentos para los asistentes al curso.

DIVISIÓN DE PROYECTOS IN-COMPANY

El Colegio de Información y Tecnologías a través de su división de Proyectos In-Company, ofrece la posibilidad de desarrollar acciones de formación y consultoría, tanto en el ámbito nacional como internacional, acordes con las necesidades específicas de su empresa.

Pueden ampliar esta información en los teléfonos: 91-745.47.61.

Gestión de Campañas de Marketing

Cómo incrementar la eficacia de los planes de Marketing

Madrid. 14 y 15 de Octubre de 2008

Gestión de Campañas de Marketing

Cómo incrementar la eficacia de los planes de Marketing



Madrid

14 y 15 de Octubre de 2008

FORMALIZACIÓN DE LA MATRÍCULA

La formalización de la matrícula se podrá realizar:

- Por teléfono: **902 30 21 30 / 91 745 47 60**
- Por correo electrónico: enviando sus datos a la dirección: **inscripciones@ie.edu**
- A través de nuestro Boletín de Inscripción on-line, disponible en nuestra web: **http://www.execed.ie.edu/programas_abiertos**

La inscripción se realizará por riguroso orden de reserva.

IE BUSINESS SCHOOL
Castellón de la Plana, 8 - 28006 Madrid
Tel: 91 745 47 60
Fax: 91 745 47 62
e-mail: Raquel.Gutierrez@ie.edu
<http://www.execed.ie.edu>



Castellón de la Plana, 8 - 28006 Madrid. España UE
Tel: 91 745 47 60 - Fax: 91 745 47 62
e-mail: Raquel.Gutierrez@ie.edu
www.execed.ie.edu



IE Business School, escuela de negocios fundada en 1973, tiene como objetivo formar los mejores líderes en los campos de la creación, la dirección y el asesoramiento de empresas, líderes que contribuyan a la creación de valor colectivo desde iniciativas empresariales competitivas, responsables y comprometidas con el entorno.

Gestión de Campañas de Marketing

A lo largo del seminario aprenderá como planificar las campañas de marketing de su compañía de modo que incremente su eficacia.

El objetivo fundamental del seminario, es repasar los factores clave y básicos a la hora de desarrollar una campaña de marketing eficiente y eficaz y realizar un recorrido de las nuevas posibilidades que hoy en día están a nuestra disposición. En concreto analizaremos:

- Aspectos clave en el desarrollo de las campañas de marketing: el cliente como pieza clave.
- La utilización estratégica de las bases de datos de clientes y mercados: Marketing Intelligence
- Análisis de los medios más rentables a la hora de realizar según los objetivos de la campaña
- Las nuevas herramientas, medios y estrategias de relación con el cliente.
- Enfoque de proyecto en la gestión de Campañas de Marketing: identificación de objetivos (problemas y oportunidades), planificación, costes y control
- Análisis de los conceptos de creatividad y de comunicación de marca, así como la gestión de campañas en el nuevo marco empresarial y con el uso de los nuevos canales de comunicación



METODOLOGÍA

Se trata de un programa intensivo en el que se combinan las sesiones lectivas con conferencias y experiencias prácticas. Esta metodología facilita la puesta en marcha de los conceptos aprendidos a lo largo de las sesiones, tanto en el desarrollo del programa como en la propia empresa.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

Entre otros, el seminario va dirigido a:

- Directores Generales,
- Directores de Unidades de Negocio,
- Gerentes,
- Directores y Responsables de Marketing,
- Directores y Responsables Comerciales,
- Directores de Desarrollo,
- Directores de Sistemas y Tecnología de la Información,
- Consultores

Programa

Martes, 14 de Octubre

09,00 h.
Acreditación de los asistentes y entrega de documentación

09.25 h.
Bienvenida e introducción al seminario

Moderador de las Jornadas
Dña. Olga Broto. Profesor del Área de Sistemas de Información, **IE BUSINESS SCHOOL**

09,30 h.
LA GESTIÓN DE CAMPAÑAS DE MARKETING
• Conceptos básicos para desarrollar y gestionar una campaña de marketing basada en los clientes:

Dña. Olga Broto, Profesor del Área de Sistemas de Información, **IE BUSINESS SCHOOL**

11,00 h.
Café

11,30 h.
MARKETING INTELLIGENCE EN LA DEFINICIÓN Y ANÁLISIS DE LAS CAMPAÑAS: LA UTILIZACIÓN ESTRATÉGICA DE LAS BASES DE DATOS DE CLIENTES Y MERCADOS

- Targeting models: Cómo seleccionar el target idóneo de la campaña
- La definición del público objetivo y la microsegmentación del mercado
- Modelos de segmentación en base a información:

D. Juan José Peso, Socio Director, DAEMON QUEST, Profesor del Área de Dirección Comercial y Marketing, **IE BUSINESS SCHOOL**

13,00 h.
LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS EN LA GESTIÓN DE CAMPAÑAS

- Estrategia de Medios
- Selección de Medios
- Seguimiento y medición de las campañas

D. Antonio de la Rosa, Profesor Asociado, **IE BUSINESS SCHOOL**

14,30 h.
Almuerzo

16,30 h.
LA GESTIÓN DE CAMPAÑAS DE MARKETING EN EL NUEVO ENTORNO EMPRESARIAL: ÚLTIMOS AVANCES

- Desafíos online personality, online events, marketing viral, blogs, wikis, comunidades.
- Los nuevos medios y las reacciones del público
- Últimas novedades

D. Enrique Dans, Profesor del Área de Sistemas de Información, **IE BUSINESS SCHOOL**

18,00 h.
LA UTILIZACIÓN MÁS RENTABLE DE LOS MEDIOS EN EL MARKETING DIRECTO
• Estableciendo objetivos
• Clasificación de los medios
• La vía de acceso al público objetivo
• Análisis de medios:

D. Félix Cuesta, Profesor del Área de Dirección Comercial y Marketing, **IE BUSINESS SCHOOL**

19,30 h.
Fin de la Jornada

Miércoles, 15 de Octubre

09,00 h.
CAMPAÑAS ALTERNATIVAS
• Estrategia y creatividad o cómo evitar que la creatividad sea tu enemiga
• Nuevos medios, nuevas ideas y nuevas tecnologías
• Los clientes no son lo que eran: campañas para samurais
• Algunos ejemplos: éxitos, ¿fracasos? e incógnitas.

D. Ramón Puchades, Socio Director, **SONORATEC**

10,00 h.
Café

10,30 h.
CREATIVIDAD Y COMUNICACIÓN EN LA GESTIÓN DE CAMPAÑAS DE MARKETING

- Qué es la creatividad en comunicación
- Como se aborda un campaña de marketing desde el punto de vista de la creatividad
- Cuales son los elementos clave para diseñar una buena campaña de marketing

D. Alfonso San Frutos, Socio Director y Director Creativo, **Continuum**

11,30 h.
EXPERIENCIA PRÁCTICA: CASO BLUE_BBVA
• Un modelo eficiente para ser afín en un segmento target
• La importancia de la integración
• El rol del prescriptor

D. Ignacio Maldonado Gómez-Aparicio, Director de Publicidad Corporativa, **BBVA**

12,30 h.
DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE MARKETING INTEGRAL: EXPERIENCIA PRÁCTICA DE ACCIONA

- Definición y análisis estratégico de la campaña multi-canal
- Entendimiento de la convivencia de los distintos target groups
- El posicionamiento corporativo como eje vertebrador
- Creatividad, ejecución y seguimiento de la campaña.

D. Gerardo Mochales, Director de Marketing Corporativo, **ACCIONA**

14,00h.
CONCLUSIONES FINALES

Dña. Olga Broto, Profesor del Área de Sistemas de Información, **IE BUSINESS SCHOOL**

14,15 h.
Clausura del Seminario y entrega de Diplomas



Ponentes

BROTO, Olga

Licenciada en Derecho, Universidad de Valencia
Master en Gestión del Comercio Internacional, Universidad de Valencia.
Graduada en Marketing y Tecnología, IE Business School
Profesora del Área de Sistemas de Información de IE Business School.

CUESTA FERNÁNDEZ, Félix

Doctor (Ph D) en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Alcalá.
Executive MBA en IE Business School.
Fundador y Presidente del Centro Virtual de Asesoramiento Empresarial. Advisor de Empresas Internacionales.
Profesor del Área de Dirección Comercial y Marketing de IE Business School.

DANS, Enrique

Doctor (Ph.D) en Administración de Empresas, especialidad Sistemas de Información, Universidad de California (UCLA).
Master in Business Administration (MBA), IE Business School. Estudios postdoctorales (CPCL) en Harvard Business School.
Licenciado en Ciencias Biológicas, Universidad de Santiago de Compostela.
Profesor del Área de Sistemas de Información de IE Business School.

DE LA ROSA BREVA, Antonio

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales (E-2). Especialidad Financiera, Universidad Pontificia Comillas. Executive MBA IE Business School.
Director Estratégico de Marketing y Comunicación del Grupo MTV Networks Iberia.
Profesor Asociado del área de Marketing de IE Business School.

MALDONADO GÓMEZ-APARICIO, Ignacio

Licenciado en Derecho y master en dirección de empresas por la Escuela de Organización Industrial de Madrid (EOI).
18 años de experiencia nacional e internacional en marketing FMCG (gran consumo en philip Morris y Kraft Food Internacional).
Director de publicidad corporativa, con responsabilidad global pero claro foco en la la gestión publicitaria en España de las tres marcas que el Grupo utiliza en esta unidad (BBVA, Uno-e y Dinero Express).

MOCHALES, Gerardo

Doble Licenciatura en Ciencias Económicas y en Administración y Dirección de Empresas por ICADE.
Executive MBA por la Universidad Kellogg-Northwestern (Chicago); PMD (program for management development) por la Universidad de Harvard.
Director de Marketing Corporativo, Rel. Institucionales y Comunicación Internacional de ACCIONA.
Es profesor asociado en los programas MBA y E-MBA en ESIC.

PESO-VIÑALS, Juan José

Profesor de Marketing de IE Business School
Socio de la firma líder en Estrategias de Clientes Daemon Quest.
Fue parte del equipo fundacional de Human Group, Alta Gestión hoy integrado en Adecco.
Ponente habitual en foros internacionales ExpoManagement, Forum Mundial de Marketing y Ventas.

PUCHADES MARTÍNEZ, RAMÓN

Estudios de Informática de Gestión, Universidad Politécnica de Valencia.
Socio Director de Sonoratec, compañía especializada en la concepción, diseño y puesta en marcha de proyectos online de toda índole.

SAN FRUTOS, Alfonso

Diseñador gráfico con 20 años de experiencia en diseño, comunicación y publicidad, ha trabajado entre otras empresas en Induyco.
En 1997 funda Solución Creativa Continuum S. L.
En 2005 funda Goodbranding S. L.