



Semana Internacional en Barcelona

2 - 6 de septiembre 2019

Estructura, contenidos y profesorado

Presentación

El Seminario Internacional en Barcelona que a continuación presentamos es una propuesta diseñada por la UPF Barcelona School of Management para los alumnos del Magíster en Comunicación Estratégica, Marketing y Negocios de la Universidad del Desarrollo.

La estructura de la formación combina sesiones en aula con las visitas formativas a empresas e instituciones vinculadas al contenido temático que se trabajará a lo largo del programa. Cada pieza del seminario responde a un objetivo concreto y contará con la participación de profesores de la UPF Barcelona School of Management.

El programa se desarrollará en español.



Estructura del programa

	Lunes 2/09/2019	Martes 3 /09/2019	Miércoles 4 /09/2019	Jueves 5/09/2019	Viernes 6 /09/2019
Mañana 09:30 – 13:00 h	Bienvenida y presentación Tema del día: Nuevas tendencias en Marketing y Comunicación El impacto del sonido y del discurso en el procesamiento de la información. <i>Emma Rodero</i>	Tema del día: Analytics, Big Data y Digitalización Workshp de visualización de datos y comunicación mediante evidencias de Neuromarketing <i>Manel Guerris</i> ----- La batalla entre SnapChat e Instagram: los nuevos líderes en las RRSS. <i>Alberto Guevara</i>	Tema del día: Innovación en los negocios Blockchain: El nuevo paradigma. <i>Luz Parrondo</i> ----- Tendencias y oportunidades de negocio <i>online</i> . Nuevos modelos de negocio. <i>Susana Domingo</i>	Tema del día: Estrategias de marcas El imperio de la industria textil española: Inditex, Mango y Desigual. <i>Pilar Riaño</i> ----- Cerveza Moritz: La resurrección de una marca. <i>Carolina Luis Bassa</i>	Tema del día: Ética y sostenibilidad en los negocios Los efectos del mensaje mediático en el Comportamiento Alimentario <i>Monika Jimenez</i> ----- Barcelona: ejemplo de Smart City <i>Carles Martin Badell</i>
Almuerzo	Libre	Libre	Libre	Libre	Entrega de certificados y almuerzo de cierre
Tarde	Actividad de Networking Club de Marketing 17:30 – 19:00 h	Neuromarketing: Las emociones, qué son, su importancia y una forma de medirlas <i>Sánchez Edgar</i>	Visita Barcelona Tech City 15:30 – 17:00 h	Visita a la Fábrica Moritz 17:30 – 19:00 h	Libre

Contenidos

Sesión 1. Nuevas tendencias en Marketing y Comunicación.

El impacto del sonido y del discurso en el procesamiento de la información

Por Emma Rodero

En el marketing, la comunicación y los negocios, el sonido juega un papel fundamental. Algunos profesionales hablan de que estamos en la época del marketing sonoro. Conceptos como *Sound* o *Audio branding* comienzan a estar extendidos y hay investigación que nos guía hacia cómo vender o promocionar/nos con sonido. Qué decir en el ámbito de la comunicación donde se está produciendo lo que algunos llaman el auge

del sonido y la voz. Formatos como el podcast, los audiolibros o los asistentes de voz devuelven en nuestros días el protagonismo al sonido y la oralidad. Por último, la fuerza del sonido también se puede aplicar claramente a nuestro negocio para

destacarlo del resto construyendo una buena imagen sonora de marca. Y si no que se lo pregunten a Intel y su famoso logo sonoro. En esta sesión hablaremos de las ventajas que el sonido nos ofrece en nuestra estrategia de marketing, de comunicación o de venta gracias principalmente a su sencillo procesamiento.

Actividad de *Networking*: Club de Marketing Barcelona

Compartiremos con miembros del Club de Marketing Barcelona (CMB) para intercambiar experiencias y conocer las actividades que el CMB desarrolla para alinear las necesidades de las empresas con los contenidos académicos

Sesión 2. *Analytics, Big Data* y Digitalización

Workshop de visualización de datos y comunicación mediante evidencias de Neuromarketing

Por Manel Guerris

En este workshop los participantes trabajarán de forma práctica el cómo presentar los datos de forma que sean rápidamente entendibles por el cerebro impulsivo del receptor del mensaje mediante las evidencias científicas descubiertas desde el Neuromarketing. La aplicación de estas evidencias abre un campo nuevo de cómo comunicarnos ya sea de forma escrita u oral y permite tomar decisiones más rápidas y a la vez "vender" de una forma más efectiva los mensajes que queremos distribuir. El objetivo por tanto de este workshop es entender las técnicas básicas y aplicarlas en un caso propuesto por el formador o bien por el mismo participante.

La batalla entre SnapChat e Instagram: los nuevos líderes en las RRSS

Por Alberto Guevara

Las redes sociales van más allá de Facebook... Los nuevos públicos están adoptando nuevos espacios en las redes sociales que cambiarán totalmente las estrategias de marketing digital. En esta sesión veremos los nuevos actores en estos medios y por qué se están convirtiendo en los preferidos de los targets más jóvenes

Sesión 3. Innovación en los negocios

Blockchain: El nuevo paradigma

Por Luz Parrondo

La tecnología *Blockchain* ha resultado muy interesante para múltiples usos no relacionados con Bitcoin. *Smart contracts*, sistemas de registro digital, gestión de la propiedad intelectual, detección de fraudes, trazabilidad, *supply chain* y por supuesto programas de fidelización de clientes y marketing en general. En este curso aprenderás tanto qué es *Blockchain*, como sus aplicaciones actuales y todo el potencial esta tecnología descentralizada ofrece para su uso empresarial.

Tendencias y oportunidades de negocio *online*. Nuevos modelos de negocio

Por Susana Domingo

El seminario tratará sobre las principales fuerzas transformadoras que están definiendo la evolución y los cambios de los mercados nacionales e internacionales, dando lugar a nuevos negocios rentables y en auge. Por otro lado se hará énfasis en la importancia de los ecosistemas emprendedores como elemento de apoyo a la creación de startups.

Visita a la Barcelona Tech City

Conoceremos las instalaciones de una de las principales incubadoras de *Start Ups* de Cataluña y veremos directamente casos de éxito.

Sesión 4. Estrategias de marcas

El imperio de la industria textil española: Inditex, Mango y Desigual

Por Pilar Riaño

Conoceremos las estrategias de comunicación y marketing de las tres mayores empresas de moda de España que se han convertido en potencias globales del sector textil

Cerveza Moritz: La resurrección de una marca

Por Carolina Luis

Entenderemos la estrategia seguida por la sexta generación de esta empresa familiar, para resurgir una marca de cerveza luego de haber salido del mercado. Esta estrategia, ha colocado a la marca Moritz como una de las marcas de cerveza preferidas del consumidor catalán.

Visita Fábrica Moritz

Visitaremos la fábrica de cerveza Moritz y comprobaremos la estrategia desarrollada para posicionar la marca en un segmento que valora todos sus atributos. Luego de la visita guiada, degustaremos de dos de sus principales cervezas mientras disfrutamos de sus instalaciones.

Sesión 5. Ética y sostenibilidad en los negocios

Los efectos del mensaje mediático en el Comportamiento Alimentario

Por Monika Jimenez

La presente sesión tiene como objetivo analizar la incidencia que el discurso de los medios de comunicación y el de la publicidad ejercen en el comportamiento alimentario de millones de personas. A través de múltiples ejemplos, el seminario profundizará en cómo, en una sociedad cada vez más informada, la obesidad y los trastornos del comportamiento alimentario - a partes iguales- se han convertido en la punta del iceberg del mensaje mediático. La sesión analizará, entre otros, la delgadez como imperativo de vida en los medios de comunicación y la felicidad como reclamo publicitario para todos aquellos productos que se alejan de una dieta saludable.

Barcelona: ejemplo de Smart City

El concepto de ciudad inteligente ha dejado de ser una fantasía tecnológica para ganar una dimensión social. 'Smart city' es hoy sinónimo de ciudad conectada, concebida para la sostenibilidad y el ahorro energético, pero también orientada a la eficacia en la transmisión del conocimiento" esta presentación del Ayuntamiento de Barcelona nos da la clave de lo que hablaremos en esta sesión para entender la estrategia y la evolución de Barcelona como una de las principales *Smart Cities* de Europa.

Dirección y profesorado



Carolina Luis-Bassa (coord.)

- Doctora en Empresa por la Universidad de Barcelona.
- Profesora en la UPF Barcelona School of Management
- Tiene un MBA por el IESA- Instituto de Estudios Superiores de Administración (Venezuela) y un Master de investigación en Empresa, Finanzas y Seguros por la Universidad de Barcelona.
- Ingeniera en Informática por la Universidad Simón Bolívar (Venezuela).

[Twitter](#) [Linkedin](#) [Web](#)



Susana Domingo

- Profesora de la UPF Barcelona School of Management
- Doctora en Administración de Empresas por la Universidad Politécnica de Cataluña
- Profesora asociada del Departamento de Economía y Empresa de la Universidad Pompeu Fabra
- Licenciada en Ciencias Económicas por la Universidad de Barcelona.
- Responsable de emprendimiento del UPF Business Shuttle

[Linkedin](#)



Alberto Guevara Chacón

- Experto en el desarrollo de estrategias en Marketing Digital enfocadas en KPI y relacionadas con objetivos de negocio.
- Master en Marketing por la UPF-Barcelona School of Management



Manel Guerris Larruy

- Profesor adjunto de la UPF Barcelona School of Management
- MBA por el IESE Business School
- Profesor asociado del Departamento de Economía y Empresa de la Universidad Pompeu Fabra
- Máster en Economía e Investigación de Mercados del IQS, Universidad Ramon Llull e ingeniero Industrial por la Universidad Politécnica de Cataluña
- Fundador de Neo Consulting BCN

[LinkedIn](#)



Monika Jimenez

- Doctora en Comunicación Audiovisual por la Universitat Pompeu Fabra (Barcelona)
- Profesora de la Universidad Pompeu Fabra.
- Licenciada en Ciencias de la Comunicación y en Humanidades

[Web](#)



Luz Parrondo

- Doctora en Economía, Finanzas y Gestión por la Universitat Pompeu Fabra.
- Profesora en la UPF Barcelona School of Management
- Consultora financiera independiente para pymes.

[Twitter](#) [Linkedin](#) [Web](#)



Pilar Riaño

- Profesora en la UPF Barcelona School of Management
- Periodista con una larga trayectoria en publicaciones económicas de ámbito nacional, merecedora de galardones como el Premio de Periodismo Textil Pedro Morillo.
- Directora de moda.es

[Linkedin](#)



Emma Rodero

- Doctora en Psicología
- Doctora en Comunicación
- Profesora Titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Facultad de Comunicación de la UPF.

- Ha publicado 8 libros dedicados a la radio y más de 50 artículos de investigación.
- Redactora y locutora en Antena 3 Radio, Cadena Ser y Cadena COPE.

[Web](#)

Visitas y presentaciones de empresas

Todas las visitas serán llevadas a cabo con el acompañamiento y presentación de un experto (de la propia empresa o de la universidad) que permitirá enlazar el contenido de la visita con el programa académico.



La Asociación **Club Marketing Barcelona** trabaja para crear e impulsar un entorno propicio para que Barcelona sea una de las capitales de referencia en marketing. Esto es posible gracias al trabajo de los muchos profesionales que durante los **más de cincuenta años de historia** de la entidad han aportado conocimiento, servicios, formación e información a las empresas y a los profesionales de marketing.

El nuestro es un proyecto que compartimos con **empresas, profesionales, estudiantes, universidades, escuelas de negocio, asociaciones de profesionales e instituciones**, con los que generamos un ecosistema que facilite herramientas para proporcionar nuevas oportunidades de negocio y crecimiento económico.

<https://www.cmb.cat/>



Barcelona Tech City es una asociación privada sin ánimo de lucro, abierta al conjunto del ecosistema tecnológico local e internacional con base en Barcelona. Trabaja con emprendedores, start-ups, empresas consolidadas, inversores, incubadoras, aceleradores, universidades, escuelas de negocios, empresas de medios de comunicación, agencias gubernamentales y otras entidades.

Barcelona Tech City es un proyecto impulsado por emprendedores locales que actualmente representa a más de 650 empresas.

<https://barcelonatechcity.com/>



Moritz es una marca de cerveza española, con sede en Barcelona, creada en 1856 por el francés, de origen alsaciano, Louis Moritz Trautmann, y relanzada al mercado en 2004.

La empresa Moritz está estrechamente vinculada a la ciudad tanto por su actividad comercial, por su producto, como por las diversas actividades de ocio y culturales vinculadas a la ciudad y a Cataluña en las cuales participa.

Relanzada por la quinta y sexta generación de la familia, la cerveza Moritz se involucra en la recuperación del patrimonio tanto arquitectónico como cultural de Barcelona y Cataluña. Ejemplos claros son la rehabilitación de la Fábrica Moritz Barcelona, en la Ronda de San Antonio, como proyecto principal, o la remodelación del mítico Bar Velódromo, en la calle Muntaner. Asimismo, la empresa colabora estrechamente con diferentes instituciones gastronómicas y culturales barcelonesas y catalanas.

<http://moritz.com/es>