

eman ta zabal zazu



Universidad
del País Vasco

Euskal Herriko
Unibertsitatea

EKONOMIA
ETA ENPRESA
FAKULTATEA

FACULTAD
DE ECONOMÍA
Y EMPRESA

36. edizioa (2024-2025)

MARKETIN ETA SALMENTA EXECUTIVE MASTERRA



www.ehu.eus/mastermarketing



Antolatzailea

**enpresa
institutua**
Instituto de Economía Aplicada a la Empresa

Babesleak

Bizkaia
foru aldundia
diputación foral

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

Laguntzaileak

Ekonomistak
Euskal Elkargoa - Colegio Vasco

C i i B

Zure garapen profesionala bultzatu nahi baduzu, hau da zure masterra

Marketin eta Salmenta Masterra Estatu osoko graduondoko programarik sendo eta ospetsuenetako bat da. Hiru hamarkada baino gehiagoko ibilbidea du dagoeneko, eta bere arrakasta master bizi bat izatean eta etengabeko hobekuntza- eta berrikuntza-prozesu bat burutzean datza.

Marketin eta Salmenten Masterra, marketina eta salmenten zuzendaritzarako beharrezkoak diren gaitasunak sustatzeko eta garatzeko diseinatuta dago.

Gure masterrak aukera ematen dizu zure garapen profesionala sustatzeko, bai zuzendaritza mailan, bai maila teknikoan; zure karrera profesionala ahalik eta eraginkortasun handienarekin bultzatuz, interes handiko kontaktu profesionalen sare batean integartzeko aukera emanik.

Executive masterra da; hau da, ikasleen jardun profesionalarekin, enpresetan praktikak egitearekin edo interes profesionaleko beste jarduera batzuekin bateragarria izateko pentsaturik dago.

Helburuak

Bi helburu nagusi lortu nahi dira:

- Marketin estrategiko eta operatiboan, harreman marketina eta CRM-an, berrikuntza eta kreatibitatean, marketin digitalean, salmenta zuzendaritzan eta merkataritza negoziaketan edo nazioarteko marketinean hezkuntza integrala eskaintzea.

Programa interesgarria da bai marketin eta merkataritza zuzendaritzan ardurako lanpostua edukita, ezagutzak eguneratu nahi dituenarentzat, eta baita hori lortu nahi duten pertsonentzat ere.

- Denboran zehar ikasleen garapen profesionala bultzatu, masterrak irauten dituen hilabeteetatik haratago, harreman sare iraunkor baten bitartez.

Lan honetan zentratzen da masterraren zuzendaritzaren esfortzuaren zati bat, eta berebizikoa da ere masterraren graduatuen elkarteak, Marketin Alumni Ekarteak, burutzen duen lana: www.asociacionmarketing.com

Baldintzak

Bi baldintza hauek betetzea besterik ez da behar masterra ikasteko: unibertsitate titulu bat eta motibazioa izatea. Berdin da zein titulazio den, hau da, hain zuzen ere, gure balio handietako bat. Ikasleriaren aniztasunak balio, aberastasun eta formakuntza interes handiko giza eta harreman kapitala sortzen laguntzen du.

Norentzat da gure masterra?

- Era guztietako erakundetako marketin, salmenta eta komunikazioko zuzendariak, etengabe eboluzionatzen ari diren bezeroak, joerak eta merkatuak ezagutu behar dituztenak, eta erakundeetan duten presentzia arrakastatsua gidatu behar dutenak.
- Marketin eta merkataritza edo salmenta-arloetako profesionalak, euren garapen eta karrera profesionalean aurrera egin nahi dutenak. Zuzendaritzarekin, lidergoarekin eta bezero, kontsumitzaile, joera eta merkatuen ezagutzarekin zerikusia duten trebetasunak eskuratu nahi dituzten pertsonak, euren esperientzia eta ibilbide profesionalaren mugak gaindituz.
- Pertsona ekintzaileak, enpresen jabeak edo Gerentzia zein Zuzendaritza Nagusiaren arduradunak, euren erakundeetan aldaketa bat bultzatu nahi dutenak, merkatu eta bezeroen etengabeko aldaketekiko entzute, ezagutza eta moldaketan oinarritutako eredu batera joaz.
- Edozein ezagutza-arlotako unibertsitate-titulua duten pertsonak, oraindik lanbide-esperientziarik izan ez arren Marketin eta Merkataritza Zuzendaritzaren arloan espezializazio eta prestakuntza sendoa eskuratu nahi dutenak, garapen profesionala bultzatzeko eta/edo graduako unibertsitate-prestakuntza osatzeko.

Zergatik aukeratu master hau?

Hauk dira zuk master hau aukeratzeko izango dituzun arrazoietakoz batzuk:

- 1 30 urte baina gehiagoko esperientzia gure profesionaltasuna eta hobetzeko eta berritzeko gaitasuna erakusten, enpresen, merkatuen eta, beraz, masterra egiten duten pertsonen beharrian eta eskaera aldakorrei erantzuteko.**
- 2 1.000 graduatu baino gehiago gure inguruko enpresa eta erakundetan erantzukizun eta erabaki gaitasun handiko.**

lanpostuak okupatzen dituztenak.

- 3 Irakasleriaren kalitate eta aniztasuna, unibertsitate desberdinetako eta enpresetako prestigio handiko profesionalen konbinazio hobezinarekin.**
- 4 Bertan parte hartzen duten enpresa eta erakundeen aniztasun eta interesa.**
- 5 UPV/EHU bezalako irabazi-asmorik gabeko eta zerbitzu publiko bokazio handiko erakunde publiko baten berezko titulua.**

Honek kalitatezko formazioa eskaintzea errazten digu prezio oso lehiakor batean, ikasten dutenen enplegarritasuna eta proiektzio profesionala hobetuz.

- 6 Ikasleriaren kalitatea, aniztasuna eta balioa.**
- 7 Masterra lanarekin, curriculum kanpoko praktikekin eta hezkuntza zein lanerako interesa daukaten beste aktibitateekin bateratzeko aukera.**
- 8 Aurrez-aurreko masterra eta zuzeneko harremana jardunean dauden irakasle eta profesionalekin.**



“

Masterra haize freskoa da ezagutza eta edukiei dagokienez. Niretzat, tranpolin bat izan zen nire ibilbide profesionalean, lehenik Eroskin, eta geroago Niken. Hori bezain garrantzitsuak izan dira irakasleekin eta nire promozio ikaskideekin sortu ditudan loturak.

”

Javier Vaz
20. Promozioko Graduatua

NIKEeko Strategic Account
Zuzendaria

Masterreko programa

Programa osoa eta eguneratua, ondorengo gaiak barne hartzen dituena.

01

Marketin eta Salmenta Zuzendaritza

- Marketinaren eta salmenten filosofia, funtzioa eta prozesua.
- Marketin zuzendaritza eta salmenta zuzendaritza: erabaki-alorrak.
- Harreman-ikuspegia marketinaren eta salmenten estrategian eta ekintzan.
- Customer Value Management (CVM).
- Marketin estrategikoa: zorro-estrategia, segmentazio-estrategia eta posizionamendua.
- Baloredun marketina: jasangarritasuna, berdintasuna eta gizarte-erantzukizuna.

02

Produktuei buruzko Erabakiak eta Berrikuntza

- Produktuaren izaera, ezaugarriak eta dimentsioak marketinaren ikuspegitik.
- Bizi-zikloa eta marketin-estrategia.
- Zorroaren analisia: oreka eta koherentzia.
- Packaging eta markei buruzko erabakiak.
- Produktu berrien sorkuntza, garapena eta merkaturatzea.
- Berrikuntzaren estrategia eta kudeaketa.

03

Komunikazioa eta Branding-a

- Branding korporatiboa eta produktu-brandinga.
- Marka-identitatea eta posizionamendua.
- Komunikazio plana.
- Komunikazio mixa: off line eta on line komunikazio tresnak.

04

Marketin Digitala

- Marketin digitaleko estrategiak.
- WEB.
- SEO.
- SEM eta beste online publizitate modu batzuk.
- Sare sozialak: Social Media Marketing eta Social Media Optimization.
- CRM eta automatizazioa.
- Analitika digitala.
- Marketin digitaleko plana.

05

Marketinari aplikatutako Inteligentzia Artifiziala eta Marketineko Joera Berriak

- Marketinari eta salmentei aplikatutako IA sortzailea.
- Promptinga eta IAko tresnak.
- Errealitate birtuala eta errealitate areagotua.

06

Trade Marketing eta merkatal banakuntza omnikanal aroan

- Omnikanaltasun banakuntza kanal eta estrategiak.
- E-commerce-rako sarrera.
- Hornikuntza katea.
- Ekoizle-banatzaille harremana kontsumo-kanalean: Trade marketing.
- Retailing mix eta merchandising-a.

07

Merkataritza-zuzendaritza eta prezioei buruzko erabakiak

- Marketin eta merkataritza negoziazioko zuzendaritza-rako finantzak.
- Prezioak finkatzeko metodoak.
- Antolamendua, zuzendaritza eta salmenta-politika.
- Salmenta aholku-emailearen prozesua.
- Social selling.
- Merkataritza-negoiazioa.
- Bezero handiekin kontuak kudeatzea eta KAM figura.
- Erosketen kudeaketa.
- Bezero-plana eta salmenta-plana.
- Talde komertzialen kudeaketa.

08

Bezero eta merkatuen ikerketa eta ezagutza

- Merkataritza-ikerketako prozesua.
- Bezeroa ezagutzea eta CRM/CVM soluzioak.
- Big Data: Informazioa biltzea eta aztertzea.
- Eskariaren aurreikuspena.
- Neuromarketina.
- Kasuak eta aplikazioak.

09

Marketin estrategikoa eta marketin plana

- Zuzendaritza estrategikoa eta marketin planarekin duen lotura.
- Marketin planaren balioa, helburuak eta edukia.
- Marketin planaren metodologia eta lantze prozesua.
- Marketin planaren kasu praktikoak.
- Ekintzailletza.

10

Nazioarteko Marketina

- Ingurunea eta nazioarteko MIS-a.
- Kulturarteko kudeaketa: giza-faktorea nazioartekotzean.
- Nazioarteko marketin mixa eta plana.

11

Sektoreetako marketina

- Marketin B2B.
- Zerbitzu marketina.

12

Merkataritza zuzendaritza gaitasunak eta barne marketina

- Barne marketina.
- Zuzendaritza gaitasunak.
- Personal branding.

13

Business & Marketing Game

- Enpresa-simulazio jokoa.

14

Hitzaldiak eta bisitak erakundeetara

- Inditexera eta Estrella Galicia bisita finantzaturik.
- Ternua Group.

Hitzaldiak

Hitzaldiak hilean behin egiten dira, eta bereziki garrantzitsuak eta interes handikoak diren proiektu edo erakundetako esperientziak zein berauek zuzentzen dituzten profesional bikainak gertutik ezagutzeko aukera ematen digute. Azken hitzaldiak honako hauek izan dira.

Andoni Aldekoa
EITBko zuzendari nagusia

Jokin Jiménez
Ternua Group-eko zuzendari nagusia

Eudald Carbonell
ATAPUERCA proiektuaren zuzendarikidea

Jon Fermín San Julián
Ore Esports-ko sortzaile eta Zuzendari Exekutiboa

Sana Khouja
Drink Zeena-ko sortzaile eta Zuzendari Exekutiboa

Lander Trápaga
Arquitectura Data & AI
MEDIAPRO-ko arduraduna

Inés Monguilot
Kutxabank Aseguruen Kontseilari delegatua

Juan Ignacio Vidarte
Guggenheim Bilbao Museoko Zuzendaria

Ernesto Ubieto
Hiltieko UK-ko Salmenta Zuzendaria

Antón Pradera
CIE Automotiveeko Zuzendaria

Herbert Diess
ExCEO Volskswagen eta Infineoneko Zuzendaria

Maidier Hormaza
Kaiku-ko Marketin Zuzendaria

Leire Barañano
Neikereko Zuzendari nagusia

José Poza
Stellum Capital – MÁSMÓVILEko Zuzendaria

Iñaki Ruiz
Laboral Kutxako Publizitateko Zuzendaria / Ekonomisten Euskal Elkargoko Presidentea

Hitzaldiak enpresetara bisitak



Inditex-era bisita



Estrella Galicia-ra bisita



Ternua Group-era bisita



“

Masterrari esker, euskal enpresa garrantzitsu batean hasi nintzen lanean marketin digitaleko proiektuak burutzen. Horrek, aldi berean, gaur egun ardatz dudan proiektu zirrargarrira jauzi egitea ahalbidetu zidan, lorpen profesional garrantzitsuak lortuz.

”

Juan Beitia

24. promozioko graduatua

Marketin digitaleko arduraduna Guuk-en



Irakasleak

Masterraren irakasleen klaustroa jatorri anitzeko irakasle desberdinek osatzen dute oreka apropos batean: UPV/EHUko doktoreak, zuzendariei formakuntza eskaintzen adituak direnak eta, gehienak, esperientzia profesionala daukatenak; beste unibertsitate batzuetako irakasleak; eta enpresa zein aholkularitza munduko ospe handiko adituak.

Masterreko zuzendariak:

- Jon Charterina Abando Dk.
- Maite Ruiz Roqueñi Dk.
- Unai Tamayo Orbegozo Dk.

UPV/EHUko irakasleak

Covadonga Aldamiz-echevarría Dk.
Gloria Aparicio Dk.
Amaia Bañales Dk.
José Juan Beristain Dk.
Jon Charterina Dk.
Yolanda Chica Dk.
Eva Emmanuel Dk.
Joseba Etxebarria Dk.
Pedro Gómez Dk.
Amaia Lafuente Dk.
Lucía Mediano Dk.
Julián Pando Dk.
Miguel Ángel Pérez Dk.
Iñaki Periañez Dk.
Estibaliz Rodríguez Dk.
Maite Ruiz Dk.
Lucía Sáez Dk.
Nerea San Martín Dk.
Josu Santos Dk.
Unai Tamayo Dk.
Susana Tejada Dk.
Sandra Usín Dk.
Oihana Valmaseda Dk.
Fco. Javier Villalba Dk.
Oskar Villarreal Dk.
Pilar Zorrilla Dk.

Beste unibertsitatetako irakasleak

Julio Cerviño Dk.
Universidad Carlos III de Madrid
Jesús García de Madariaga, Dk.
Universidad Complutense de Madrid
Valentín Alejandro Martínez Dk.
Universidad de A Coruña
Álex Rayón Dk.
Deustuko Unibertsitatea
Pedro Reinares Lara Dk.
Universidad Rey Juan Carlos de Madrid
Leticia Santos Dk.
Universidad de Oviedo
Beñat Urrutikoetxea Dk.
Mondragon Unibertsitatea

Enpresetako profesionalak

Francisco Adín
SUPPERSTUDIO
Teresa Arizti
Angulas Aguinaga
Leire Barañano Dk.
Neiker
Idoia Belasko
Getxoko Udala
Alfonso Bravo
RHOINTER España
Juan de los Ángeles Dk.
C4E Consulting Services
José Manuel Fernández-Gorostiza
MAKARELA Services
Ainhoa Gómez
Biwott
Iker González
ICT Ibérica – Foxy
Vicente Gutiérrez
Grupo BENTAS

Maitane Hernández
WeROI

Javier Martín
Abantian

Jesús Menéndez
Consulting & Training

Antonio Mies
CEGASA

Barbara Monte
Think of Marketing

Yuri Morejón
YESCOM CONSULTING

Javier Moreno
DEKER Consultores de Marketing

Enrique Paramá
Lantek

Nacho Parra
eMeCe

Oscar Pérez
ORBEA

Álex Rayón Dk.
Brain & Code

Daniel Ros
ROS.0 Advertainment

Javier San Martín Dk.
WIDE-WORLD (Licencia ITM)

Alexander Seoane
LIN3s

Puy Trigueros
Turismo de Navarra

Ion Uzkudun
Abantian

Javier Vaz
NIKE

Iñaki Vidaurrazaga
Sales & marketing Executive
Consultant and Neurocoach

Non

UPV/EHUko Ekonomia eta Enpresa Fakultatea (Sarriko)

Lehendakari Agirre etorbidea 83, BILBO.

Iraupena eta ordutegia

Eskola-aldia 2024ko urriaren 4an hasi eta 2025ko abenduaren 20an amaituko da. .

Ordutegia:

- Ostiraletan 16:00etatik 21:00etara.
- Larunbatetan 8:45etik 13:15era.

Oporraldiak:

- Uda (uztaila, abuztua eta irailaren lehen erdia).
- Gabonak (bi aste).
- Aste Santua (bi aste).

Egitura

Masterra 60 kreditutan egituratuta dago, honela banatuta:

- Ikastorduak: 37,1 kreditu.
- Hitzaldiak: 4 kreditu.
- Kasuen ebazpena: 5,9 kreditu.
- Business & Marketing Game eta Masterraren Amaierako Lana (MAL), Masterreko irakasle batek gidaturik: 13 kreditu.

Ebaluazioa eta Masterra gainditzea

Masterreko titulua eskuratu ahal izateko beharrezkoa da titulua osatzen duten lau hiruhilekotako saioen %75 baino gehiagora bertaratzea, eta eskola-atal bakoitzaren amaieran eskatzen diren lan guztiak bakarka edo taldeka gainditzea.

Gainera, Business & Marketing Game-ari buruzko txosten orokorra aurkeztu beharko da eta, Master amaierako lan modura, Marketin Plan bat burutu, defendatu eta gainditu.

Matrikula prezioa

Matrikularen prezioa 5.300 € €-koa da, eta bi ordainketatan ordaindu daiteke (uztailan eta urtarrilean).

FUNDAEk zenbateko hori hobari dezake (enpresek egin beharreko kudeaketa).

[Informazio gehiago](#)

Familia ugariantzat, % 33ko edo hortik gorako desgaitasuna dutenentzat, genero indarkeriaren biktimentzat eta Gizarte Kontseiluak zehaztutako beste egoerentzat matrikula hobariak eta salbuespenak ere badaude.

[Informazio gehiago](#)

Informazioa, inskripzioa eta matrikularako epe eta kanalak

Epeak:

apirilaren 15etik uztailaren 30ra eta irailaren 2tik 27ra.

Email:

master.marketing@ehu.eus

web:

www.ehu.eus/mastermarketing

Teléfonoak:

94 601 7012 /7069/7008

Arretarako lekua:

UPV/EHUko Ekonomia eta Enpresa fakultatea (Sarriko)

Agirre Lehendakariaren Etorbidea, 83. BILBO.

Bulegoen eraikina, lehen solairua: OC69, OC37, OC58.



Ikasleen artean ohikoenak diren titulazioak:

- **Ikus-entzunezko Komunikazioa, Publizitatea eta Harreman Publikoak.**
- **Kazetaritza.**
- **Enpresen Administrazioa eta Zuzendaritza.**
- **Ekonomia.**
- **Ingeniaritza.**
- **Arkitektura.**
- **Psikologia, Soziologia eta Politikazientziak.**
- **Arte Ederrak, Sorkuntza eta Diseinua.**
- **Bestelakoak:**
Biologia, Kimika, Dietetika eta Nutrizioa, Elikagaien Zientzia eta Teknologia, Gorputz eta Kirol Hezkuntza, Turismoa, Zuzenbidea, Lan Harremanak, Musika, Marketina, etab.



36. edizioa (2024-2025)

MARKETIN ETA SALMENTA EXECUTIVE MASTERRA



www.ehu.eus/mastermarketing

Antolatzailea

**enpresa
institutua**
Instituto de Economía Aplicada a la Empresa

Babesleak

Bizkaia
foru aldundia
diputación foral

FESIDE

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

Laguntzaileak

E ekonomistak
Euskal Elkargoa - Colegio Vasco

C ii B