



**Cada alumno realizará
un plan de Place marketing
para su propio territorio**



PLACE MARKETING

Planificación estratégica en el contexto de la globalización

POSTGRADO INTERNACIONAL

Valencia / Bruselas

2009



El 'Place marketing' o marketing de lugares es una herramienta de planeamiento y gestión para ciudades y regiones, que mejora su calidad global y da respuesta a las necesidades de sus habitantes. Permite detectar las fortalezas, corregir las debilidades y mejorar la competitividad de los territorios, a la vez que abarca las estrategias de comunicación para atraer nuevos residentes, inversiones, turistas y eventos. Ciudades y regiones necesitan contar con profesionales especialistas en Place marketing.

El Postgrado Internacional 'Place marketing. Planificación estratégica en el contexto de la globalización' organizado por la Fundación COSO es una oportuna oferta formativa puesta a disposición de mancomunidades y municipios -también los medianos y pequeños- que sean emprendedores y deseen priorizar la satisfacción de sus ciudadanos.

Andrés Rodríguez-Pose

Profesor de Geografía Económica. London School of Economics
Director del Postgrado

Objetivos

El postgrado busca formar especialistas en marketing de lugares. Los alumnos estarán preparados para integrarse en los equipos que diseñan y gestionan planes integrales de marketing de ciudades y regiones.

Asimismo, se pretende ayudar a conseguir que cada ciudad -también los medianos y pequeños municipios- cuente con algún profesional experto en marketing territorial.

Perfil de los alumnos

Podrán acceder al postgrado licenciados universitarios de cualquier especialidad, y profesionales con experiencia en planeamiento estratégico, marketing territorial o gestión municipal.

El postgrado interesa especialmente a los **responsables y técnicos de las Administraciones regionales y locales**, así como a profesionales de áreas como **comunicación, marketing, turismo, urbanismo y arquitectura, economía, geografía, sociología y derecho**. A quienes ya trabajan en campos relacionados con el planeamiento estratégico regional o el marketing territorial, les ayudará a actualizar conocimientos y sistematizar sus modos de trabajo. A las personas sin experiencia les ofrece una vía de especialización de gran utilidad para incorporarse al mundo profesional.

Cómo inscribirse

Se establecen dos periodos para solicitar la admisión:

- hasta el **20 de diciembre de 2008**, con entrevistas y concesión de plazas antes del 31 de diciembre;
- para el resto de plazas disponibles: **del 2 de enero al 20 de febrero de 2009**, con entrevistas y concesión de plazas antes del 5 de marzo.

La solicitud de admisión se formalizará enviando a la sede de la Fundación COSO (C/ Mar 26, 2º, 4ª. 46003 Valencia, España) la siguiente documentación:

- Datos personales (según el formulario de inscripción que figura en www.placemarketing.org)
- Currículum vitae
- Carta al director, exponiendo los motivos por los que se desea realizar el postgrado
- Dos fotografías actuales
- Fotocopia del DNI o pasaporte
- Acreditación de los estudios realizados, o del trabajo que se desempeña

Los aspirantes deberán mantener una entrevista con algún miembro del Comité de Selección. Los detalles de ese encuentro se acordarán de manera personalizada.

Viajes y alojamiento

Los viajes a las ciudades sedes del postgrado, así como los gastos de alojamiento durante los periodos presenciales, correrán por cuenta de los participantes. La Secretaría del postgrado ofrecerá opciones de alojamiento en Valencia y Bruselas en condiciones ventajosas.

Calendario

El postgrado se realizará a lo largo del año **2009**, de acuerdo con el siguiente plan:

- Módulos presenciales en **Valencia**: del 23 al 25 de abril + del 7 al 9 de mayo + del 21 al 23 de mayo + del 4 al 6 de junio
- Módulo presencial en **Bruselas**: del 2 al 11 de julio
- Período de elaboración del trabajo final: de julio a octubre
- Exposición del trabajo final ante el Comité Académico: en noviembre

Los periodos presenciales se han espaciado convenientemente para facilitar la compatibilidad con las actividades profesionales de los participantes. Las sesiones se celebrarán en horario de mañana y tarde.

Cada módulo presencial irá precedido de un pre-módulo de estudio, a realizar por los alumnos en su propio lugar de residencia.

El postgrado tiene una carga docente total de más de 500 horas: 150 h. presenciales, más las correspondientes a los pre-módulos de estudio y al trabajo final.

Cuotas

El coste de inscripción en el Postgrado es de 6.500 euros. Esta cantidad incluye la documentación y el material de estudio, así como los almuerzos y los traslados para las visitas de trabajo durante los módulos presenciales.

Se abonará del siguiente modo:

- Al solicitar la admisión se entregarán 1.000 euros a cuenta del importe de la matrícula, que se devolverán en caso de no concederse la plaza; una vez admitido, el alumno que no se incorpore tendrá derecho a la devolución del 50% de la cantidad abonada.
- Transferencia o cheque por valor de 5.500 euros en el momento de la matriculación (antes del 15 de marzo de 2009).

Bonificación, descuentos y financiación

El importe del postgrado puede ser íntegra o parcialmente bonificado con cargo al Crédito para Formación del que dispone toda organización que cotice a la Seguridad Social (ver www.fundaciontripartita.org).

Los miembros del Club COSO, los de la Agrupación de Antiguos Alumnos del Master DCyNT, y los vinculados con las entidades colaboradoras del Postgrado tienen un descuento del 5%.

Algunas entidades bancarias han ofrecido líneas especiales de financiación, a bajo interés, que permiten abonar el importe en cómodas mensualidades.



PLACE MARKETING

Planificación estratégica en el contexto de la globalización

POSTGRADO INTERNACIONAL

Valencia / Bruselas

2009

▣ Contenidos

Unidad 1: Marco de referencia

- A. Ciudad, región y espacio urbano
- B. Planeamiento estratégico y marketing territorial
- C. Globalización: espacios urbanos en la era de la información y la economía global
- D. Gobernanza, liderazgo y desarrollo sostenible

Unidad 2: Diseño, implementación y comunicación del plan de Place marketing

- A. Marketing territorial: el plan estratégico
- B. Política cultural y grandes eventos
- C. Comunicación y nuevas tecnologías en los planes de Place marketing

Unidad 3: Las políticas territoriales en la Unión Europea

- A. Políticas de desarrollo urbano en la Unión Europea
- B. Gestión de proyectos europeos

Unidad 4: Análisis de casos y visitas de estudio

▣ Proyecto final

Como trabajo final del Postgrado, los participantes desarrollarán un proyecto de Place marketing para un territorio concreto, basado en datos reales, contando con la tutela de profesores del curso. Esto supone la oportunidad de poder realizar un proyecto de calidad para el propio municipio o mancomunidad en el que trabaja el alumno.

▣ Metodología

El Place marketing es una especialidad de carácter multidisciplinar. El Postgrado tiene carácter práctico, e incluye análisis y debate sobre casos singulares, visitas a ciudades ejemplares en sus prácticas de Place marketing, encuentros con responsables de organismos internacionales, etc.

▣ Claustro de Profesores

El claustro docente está compuesto por profesores de ámbito internacional. El postgrado incluye algunas clases magistrales, repartidas a lo largo del curso, a cargo de expertos reconocidos mundialmente.

▣ Comité directivo

Director: **Andrés Rodríguez-Pose**
Professor of Economic Geography, London School of Economics

Director Adjunto: **Vicente Vidal Climent**
Director de la Fundación COSO. Arquitecto Urbanista

Coordinadores académicos:

- **Victoria de Elizagarate Gutiérrez**
Profesora de la Universidad del País Vasco

- **Damián Lluna Taberner**
Comisión Europea. DG Regio. Unidad de Políticas Urbanas

- **Josep M^a Pascual Esteve**
Consultor Gerente de Estrategias de Calidad Urbana

▣ Consejo Asesor

El Consejo Asesor está formado por personalidades del ámbito docente, responsables de empresas e instituciones y profesionales del marketing, la comunicación y el urbanismo. Entre otros:

Ivano Canteri
Director general de MKTP Torino

Antonio Lis
Director general de Valencian Community Investments

Enrique Martín
Presidente del Comité Organizador de Citymarketing Elche

Juan Manuel Revuelta
Director de la Fundación Comunidad Valenciana-Región Europea

Fernando Romero
Catedrático de Derecho Urbanístico de la Universidad Politécnica de Valencia

José Salinas
Director de Turismo Valencia Convention Bureau

Alfonso Vegara
Presidente de la Fundación Metròpoli



Promueven



Fundación
Comunidad Valenciana
Región Europea
www.uegva.info

UNIÓN EUROPEA



Comité de las Regiones



Colaboran

- Fundación Bancaja
- Departamento de Urbanismo de la Universidad Politécnica de Valencia
- Federación Valenciana de Municipios y Provincias (FVMP)
- Turismo Valencia Convention Bureau
- Fundación Metròpoli
- Mktpt Marketing Territoriale s.r.l.
- Instituto de Alta Dirección (IAD)
- Colegio de Economistas de Valencia
- Aquí Europa. La actualidad de la UE, día a día

Organiza



C/ Mar 26, 2º, 4ª. 46003 Valencia
Tel. 96 392 29 47
Fax 96 392 06 82
placemarketing@fundacioncoso.org

La Fundación COSO para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad es una Fundación de carácter cultural, inscrita en el Registro de Fundaciones de la Comunidad Valenciana con el número 268 (V).

Estilo

La Fundación COSO tiene como objetivo general la mejora de la sociedad desde la comunicación. Con una perspectiva amplia, se ocupa de mejorar la formación de los profesionales en materia de comunicación, ofreciéndoles medios adecuados para la puesta al día profesional y el progreso cultural y humanístico, de manera que el servicio que prestan a la sociedad sea más positivo y enriquecedor. También procura animar el interés y la responsabilidad de los ciudadanos en todo aquello que ayuda a configurar una sociedad más humana.

Actividades

A través de sus actividades -jornadas de estudio, postgrados, congresos, debates de actualidad-, así como de publicaciones, premios, etc., pretende estimular el análisis sobre el mundo de la comunicación, en sus aspectos técnicos, sociales, deontológicos y de futuro. Las actividades de COSO -que se iniciaron en 1994- constituyen un foro permanente de diálogo con especialistas de prestigio, y tienen un enfoque práctico, abierto y participativo. Más de dos mil profesionales han participado en sus actividades.

Más información
www.placemarketing.org
www.fundacioncoso.org