

MÁRKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

«El máster permite aplicar los conocimientos a la realidad»

GUSTAVO ADOLFO OSORIO POTES

Egresado

REDACCIÓN
 especiales@epmediterraneo.com
 CASTELLÓN

– ¿Por qué decidiste estudiar este máster?

–Decidí estudiar este máster porque buscaba aumentar mi visión estratégica en el mundo de las empresas y el marketing a nivel internacional. Soy ingeniero industrial y cuento con una amplia experiencia en empresas multinacionales de consumo masivo y financieras, y entiendo la importancia de la investigación de mercados y el marketing aplicado correctamente en cualquier sector. El programa académico del máster está pensado para que, independientemente de la profesión, se logre obtener conocimiento y aplicación empresarial pensando siempre en mejorar el desempeño de las organizaciones y el éxito en sus procesos de internacionalización y metas comerciales.

– ¿Qué te ha aportado?

–Este máster ha sido muy enriquecedor por su mezcla de culturas, experiencias y conocimientos aplicados desde diferentes profesiones y países. Cuando quieres tener éxito en las empresas debes conocer lo mejor posible a tu cliente objetivo, cómo piensa y actúa. En este máster tienes la oportunidad de vivir situaciones reales en las que puedes aplicar los conocimientos, pensando siempre en la satisfacción y fideliza-



Gustavo Adolfo Osorio, con los profesores Marta Estrada y Vicente Tortosa.

ción del cliente interno y externo. Estamos en un mundo que avanza a un ritmo vertiginoso en el que, si no te diferencias desde el primer día, seguramente no podrás mantenerte y crecer en el tiempo.

– ¿Qué aspectos destacarías?

–Destacaría la forma en que está pensado el máster. Se tiene la posibilidad de aprender mediante seminarios de empresas reconocidas y enlazar múltiples asignaturas con objetivos claros para desa-

rollar proyectos pensados para mercados de países de diferentes continentes. Además, la investigación de mercados cuantitativa y cualitativa permite acercarse a la realidad donde, cada vez más, el análisis de datos, la tecnología y el mundo digital son vitales para el crecimiento de las empresas.

– ¿Por qué lo recomendarías?

–Este máster es muy enriquecedor a nivel empresarial y personal. Pienso que, si a alguien le

apasiona el mundo corporativo desde cualquier sector, debería darse la oportunidad de profundizar en el marketing y las técnicas de investigación de mercados. Puedes tener la idea o desarrollo más innovador, pero si tu empresa no tiene una estrategia de marketing definida que conecte todas las áreas, si no conoces el mercado donde puedes operar y si tu marca no promueve lo que quieres transmitir, definitivamente será muy complejo tener éxito.

El programa ha sido concebido para que se obtenga conocimiento y aplicación empresarial

– ¿Qué aplicaciones prácticas has encontrado en el ámbito profesional o académico?

–Las aplicaciones prácticas que he encontrado son muchas. Con conocimiento y experiencia en investigación de mercados y marketing es posible destacar en múltiples áreas y desenvolverse en departamentos no solo de marketing, sino de comunicación, logística, comerciales e innovación y estrategia. La oportunidad de diferenciación en el mercado es muy grande y el momento ideal para hacerlo, es ahora. Más: www.uji.es/tudis/masters/marketing/. ≡