



Imagen del primer seminario impartido por la empresa Cuatroochenta.

**SEMINARIOS DIGITALES**

# El Máster en márketing colabora con empresas de la provincia

● Los estudiantes realizarán proyectos para productoras de aceite

|| R. D. M. CASTELLÓN

El Máster en márketing e investigación de mercados de la UJI ha iniciado una serie de seminarios, coordinados por los profesores Vicent Tortosa y Marta Estrada, en los que profesionales de prestigio abordan aspectos de la digitalización empresarial como la creación de la página web, promoción en redes so-

ciales o estrategias SEO y SEM. En la primera sesión, la empresa del Parque Científico y Tecnológico de la UJI Cuatroochenta ha colaborado con el estudiantado en el diseño de la estrategia digital de una productora de aceite de la provincia. Esta iniciativa, junto con el resto de seminarios, se enmarca en un proyecto de colaboración, puesto en marcha con la Diputación de Castellón, para asesorar a pequeñas empresas productoras de aceite del interior de Castellón. Así, el estudiantado del máster desarrollará dos proyectos: uno centrado en el lan-

zamiento y comercialización de un nuevo producto para estas empresas, que se realizará durante el primer semestre, y otro de internalización de la empresa, en el segundo. El objetivo de esta iniciativa es ayudar a generar riqueza en la provincia a través del trabajo realizado por el estudiantado. La realización de los seminarios digitales también pretende dar un mayor soporte para que las empresas adheridas al proyecto cuenten con las herramientas que, a veces por sus dimensiones o por su propia estructura, no pueden tener por sí mismas. ≡