



EXPERTO EN MARKETING, PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN

PRESENTACIÓN.

La realización del Experto en Marketing, Publicidad y Comunicación, te capacita como especialista en Marketing, Publicidad y Comunicación en el ámbito de la empresa, con autonomía para emprender cualquier proyecto, al mismo tiempo que complementa tu currículum vitae y aumentará exponencialmente tus posibilidades de inserción y mejora laboral.

Este curso está preparado para todos aquellos profesionales que se sientan atraídos por el área de la comunicación y estrategia de la empresa, donde no solo conocerás la parte estratégica, sino que te especializarás tácticamente en todas las áreas críticas de marketing: imagen corporativa, mix de producto, mix de comunicación, relaciones públicas, mix de medios y todo lo relativo al resto de tácticas de marketing tradicional.

Elige formarte en EUDE Business School, una de las escuelas de negocio más relevantes de Europa que ya ha formado a más de 50.000 alumnos, con másters que aparecen en los primeros puestos de prestigiosos rankings internacionales.

OBJETIVOS.

- Comprender las principales características del Marketing y sus enfoques de negocio.
- Conocer en profundidad las variables de Marketing Mix: Producto, Precio, Distribución Comercial y Promoción.
- Elaborar un Plan de Marketing Integral que nos permita documentar las decisiones referentes a los productos, los precios, los elementos promocionales y su distribución.
- Diferenciar los distintos perfiles del consumidor y los modelos de conducta de compra.
- Comprender y analizar las bases fundamentales de la publicidad.
- Dotar al alumno de herramientas para la elaboración del Briefing como inicio publicitario.
- Conocer en profundidad los distintos medios publicitarios.
- Determinar presupuestos, establecer el público objetivo, definir los soportes de cada medio,

esclarecer los Objetivos publicitarios y definir el calendario de la campaña publicitaria.

- Conocer los métodos de planificación de medios.
- Reconocer y practicar los distintos tipos de pensamientos creativos.
- Conocer los métodos persuasivos en publicidad.
- Conocer el concepto y objetivos de las Centrales de Medios.

METODOLOGÍA.

La metodología de trabajo desarrollada en EUDE Business School está basada en casos reales de empresas. Una formación eminentemente práctica es la mejor base para que el estudiante adquiera los conocimientos, aptitudes y experiencias que la empresa precisa. El programa desarrollado de manera intensiva, ofrece al estudiante un amplio margen para el análisis y la discusión.

El Campus Virtual EUDE será el foro más adecuado para que los estudiantes puedan compartir sus opiniones y reflexiones sobre cada documento.

El programa de estudios ha sido confeccionado bajo la supervisión y asesoramiento de empresas referentes en el sector, así como de un claustro formado por directivos y exdirectivos de compañías multinacionales y nacionales (Telefónica, Deloitte, DHL, Inchaersa, Geindesa, Debebé o DrommerConsulting).

Durante toda la duración del programa el estudiante dispondrá de un Tutor personalizado y de un continuo feed-back por parte de los profesores, que permitirá al estudiante conocer en todo momento sus puntos de mejora y fortalezas.

ACREDITACIONES.

Al finalizar el curso, y una vez superados los exámenes, el Alumno obtiene:

- Diploma y Certificado de Profesionalidad, expedidos por nuestro Centro, con el número de horas lectivas y de prácticas cursadas, así como las calificaciones obtenidas.
- Diploma / Certificado expedido por el Centro Colaborador que acreditan la especialidad cursada.

CONTENIDO.

- La comunicación, un paraguas que nos envuelve
- La organización empresarial
- El modelo de calidad de la empresa
- La identidad corporativa
- Los flujos de comunicación de la empresa
- La comunicación interna en el entramado empresarial
- La participación de los empleados
- El liderazgo y la comunicación
- Las herramientas físicas de la comunicación interna
- Cómo se redactan los documentos internos

- Aportación de las nuevas tecnologías a la comunicación
- Las nuevas tecnologías en la comunicación.
- La comunicación externa
- El mensaje y sus características
- La imagen corporativa
- Comunicación y marca
- El mix de la comunicación
- Las herramientas de la comunicación externa
- Las relaciones públicas
- Relaciones con los medios
- Comunicación de crisis
- Introducción al protocolo
- Introducción al marketing
- Conceptos teóricos básicos del marketing estratégico
- El comportamiento del consumidor
- Investigación de mercados
- Investigación de mercados en la estrategia de marketing
- Segmentación de mercado
- Marketing mix – producto
- Marketing mix – precio
- Marketing mix – distribución
- Marketing mix – promoción
- Plan de marketing
- El departamento de marketing
- Historia de la publicidad
- Introducción a la publicidad
- El briefing de producto
- El anunciante
- El producto
- Diseño del producto
- El grupo objetivo
- El posicionamiento
- Creatividad publicitaria

- El departamento creativo
- La estrategia creativa
- Creando para vender
- Planificación de medios