

GESTIÓN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN – (370 H)

FECHA DE INICIO: ENERO 2019

FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN

MODULO 1: GESTIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN (90 HORAS)

OBJETIVO: Organizar y gestionar eventos de marketing y comunicación, siguiendo el protocolo y criterios establecidos.

UNIDAD FORMATIVA 1: ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN (60 HORAS)

*** Planificación de eventos de marketing y organización:**

- Imagen y comunicación de la empresa
- Eventos en marketing y comunicación
- Documentación interna de planificación
- Atención especial a autoridades
- Comunicación de eventos entre otros.

*** Gestión y contratación de espacios, medios y personas para eventos:**

- Selección y negociación de ofertas
- Contratación de prestación de lugares o alquiler de medios
- Organización de recursos humanos y materiales para el desarrollo de eventos
- Prácticas habituales en la organización y gestión de eventos de marketing y comunicación

*** Control y seguimiento de eventos de marketing y comunicación:**

- Supervisión y seguimiento de eventos
- Coordinación de recursos y proveedores: puntualidad, protocolo, seguridad y coordinación de servicio técnico
- Repercusión en los medios y Dossier de prensa
- Calidad en los servicios de gestión de eventos
- Evaluación de servicios requeridos por los eventos
- Utilización de aplicaciones informáticas en la gestión de la calidad de eventos.

UNIDAD FORMATIVA 2: PROTOCOLO EN EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN (30 HORAS)

*** Protocolo y comunicación personal corporativa:**

- Relaciones entre protocolo e imagen corporativa
- Tipos de protocolo
- Habilidades sociales y relaciones interpersonales
- La imagen personal
- Formas protocolares de expresión oral y escrita
- Atención a los medios de comunicación y prensa

*** Ceremonial de actos y eventos de marketing y comunicación:**

- Legislación de protocolo y ceremonial del Estado, Académico y Religioso
- Ceremonial y protocolo institucional aplicado a eventos de empresas
- Normas y usos habituales en actos protocolarios
- Desarrollo de actos y eventos protocolarios.

MODULO 2: ORGANIZACIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN (90 HORAS)

OBJETIVO: Asistir en la organización y seguimiento del plan de medios y soportes establecido.

UNIDAD FORMATIVA 1: PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN E INTERNET (60 HORAS)

*** Regulación y códigos deontológicos en publicidad:**

- Normativa en materia de publicidad y derechos del consumidor
- Diferenciación de conceptos clave
- Regulación publicitaria en Internet
- Códigos deontológicos en el sector.

*** Diseño del plan de medios y soportes publicitarios:**

- Plan de medios
- Medios, formas y soportes de publicidad y comunicación
- Modelos de planes de medios
- Criterios de elección de medios y soportes
- Formas específicas de publicidad en Internet

*** Ejecución y contratación del plan de medios:**

- Calendario de inserciones publicitarias
- Presupuesto del plan de medios
- Ejecución del plan de medios
- Contratación de inserciones y desarrollo de campañas publicitarias
- Cursaje de emisión

UNIDAD FORMATIVA 2: EVALUACIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MEDIOS (30 HORAS)

*** Las audiencias y la evaluación del plan de medios:**

- Conceptos clave para la medición de audiencia
- Indicadores de medición de audiencias e impacto
- Fuentes de medición de audiencias e impacto
- Calidad de la mediación de audiencias e impacto del plan de comunicación.

*** Control de emisión del plan de medios:**

- Técnicas y herramientas de control de emisión
- Control de contenidos pagados y no pagados
- Seguimiento de noticias e informes de cobertura informativa
- Control del plan de medios en Internet

**MODULO 3: ELABORACION DE MATERIALES DE MARKETING Y COMUNICACIÓN
AUTOEDITABLES (90 HORAS)**

OBJETIVO: Elaborar y difundir, en diferentes soportes, materiales, sencillos y autoeditables, publi-promocionales e informativos.

UNIDAD FORMATIVA 1: TÉCNICAS DE DISEÑO GRÁFICO CORPORATIVO (60 HORAS)

*** Imagen e identidad corporativa:**

- Identidad corporativa
- Imagen gráfica
- Diseño gráfico y comunicación corporativa
- Elaboración de un briefing para una agencia de publicidad.

*** Elaboración de materiales de marketing y comunicación sencillos:**

- Principios y elementos de composición
- Estilos de comunicación persuasiva y no persuasiva
- Elaboración de mensajes publi-promocionales para los materiales de marketing y comunicación
- Fuentes de información y bancos de imágenes
- Selección de contenidos, imágenes y textos para materiales de comunicación de la empresa.

*** Autoedición de folletos y materiales de comunicación sencillos:**

- La línea gráfica impresa: papelería corporativa
- Técnicas de diseño gráfico en materiales publi-promocionales sencillos
- Utilización de software de diseño gráfico en entornos de usuario.

UNIDAD FORMATIVA 2: GESTIÓN DE CONTENIDOS WEB (30 HORAS)

*** Marketing digital y comunicación en la web:**

- Tendencias y desarrollo del marketing en la web
- La imagen de la empresa en Internet
- Técnicas de marketing digital
- Posicionamiento de la web de la empresa en Internet a través de contenidos (SEO).
- Internet móvil.

*** Gestión y mantenimiento de páginas web comerciales:**

- Conceptos básicos de Internet e Intranet
- Nociones básicas de Lenguaje HTML
- Características de una página web
- La creación de mensajes publicitarios para Internet
- Inserción de textos y elementos multimedia
- Diseño y mantenimiento de blogs, canales de vídeo u otros sistemas de transmisión de contenidos corporativos y comerciales
- Aplicaciones informáticas para la gestión de contenidos online.

MODULO 4: INGLÉS PROFESIONAL PARA ACTIVIDADES COMERCIALES (90 HORAS)

OBJETIVO: Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en actividades comerciales

*** Atención al cliente/consumidor:**

- Terminología específica en las relaciones comerciales con clientes
- Usos y estructuras habituales en la atención cliente/consumidor
- Diferenciación de estilos formal e informal en la comunicación comercial oral y escrita
- Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes/consumidores
- Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad.

*** Aplicación de técnicas de venta en inglés:**

- Presentación de productos/servicios
- Pautas y convenciones habituales para la detección de necesidades de los clientes/consumidores
- Fórmulas para la expresión y comparación de condiciones de venta y para el tratamiento de objeciones del cliente/consumidor
- Estructuras sintácticas y usos habituales en la venta telefónica
- Simulación de situaciones comerciales habituales con clientes.

*** Comunicación comercial escrita en inglés:**

- Estructura, terminología y cumplimentación de documentación comercial básica
- Redacción de correspondencia comercial
- Cartas de reclamación o relacionadas con devoluciones
- Elaboración de informes y presentaciones comerciales en inglés
- Estructuras sintácticas utilizadas habitualmente en el comercio electrónico para incentivar la venta
- Abreviación y usos habituales en la comunicación escrita con diferentes soportes.

MODULO DE INSERCIÓN LABORAL, SENSIBILIZACIÓN MEDIOAMBIENTAL E IGUALDAD DE GÉNERO (10 HORAS)

[FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN](#)