

COMM010PO GESTIÓN DE LA PUBLICIDAD Y LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

SKU: EVOL-3229-iNO-B | Categorías: [COMERCIO Y MARKETING](#), [Marketing](#), [Publicidad y Comunicación](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [60](#)

Acreditado por Universidad [NO](#)

Créditos ECTS [0](#)

Más información

[CONTENIDO ADAPTADO A CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD](#)

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos

Adquirir los conocimientos relativos a los conceptos e instrumentos necesarios para diseñar y llevar a cabo un plan de comunicación, gestión de la publicidad, herramientas BTL y comunicación corporativa.

Contenidos

UNIDAD DIDÁCTICA 1. COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

1. Comunicación estratégica y Orientación al Cliente.
2. La organización interna para una comunicación estratégica.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PLAN DE COMUNICACIÓN

1. Plan de Comunicación.
2. El Presupuesto de Comunicación.
3. El Plan de Comunicación en la práctica.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE LA PUBLICIDAD (I): LA ELECCIÓN DE LA AGENCIA

1. La elección de la agencia.
2. El sistema publicitario.
3. El mercado de agencias de comunicación.



UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE LA PUBLICIDAD (II): EL BRIEFING Y PROPUESTA CREATIVA

1. El Briefing.
2. Evaluación de la propuesta creativa.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LA PUBLICIDAD (III): EVALUACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS

1. El Plan de Medios.
2. Selección de Medios y Soportes.
3. Agentes y Métricas en Medios.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LAS HERRAMIENTAS BTL EN LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

1. Las Herramientas BTL en la comunicación estratégica.
2. Patrocinio y otras Herramientas no Convencionales.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MARKETING DIRECTO COMO HERRAMIENTA BTL

1. Marketing directo.
2. Marketing Directo Online.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. COMUNICACIÓN CORPORATIVA: LAS RELACIONES EXTERNAS E INTERNAS

1. Comunicación corporativa, relaciones internas y externas.
2. Comunicación de crisis.

